



Club per l'UNESCO di Alba Langhe e Roero

Convegno “Dieta mediterranea”

Indice del documento

| | |
|--|----------|
| SEZ. I - INTRODUZIONE | 3 |
| 1. Premessa | 3 |
| 2. La progettazione del Club dopo la pandemia | 4 |
| SEZ. II – CONVEGNO SULLA DIETA MEDITERRANEA | 5 |
| 1. Cos'è la dieta mediterranea | 5 |
| 2. Obiettivi del convegno | 7 |
| 3. Soggetti coinvolti | 7 |
| 4. Pubblico di riferimento | 7 |
| 5. Relatori | 7 |
| 6. Aspetti organizzativi | 7 |
| 7. Benefici per le Scuole | 8 |
| 8. Opportunità per gli sponsor | 8 |
| 9. Collaborazione con istituzioni ed enti | 8 |
| SEZ. III – PROMOZIONE DEL PROGETTO | 9 |
| 1. Destinatari | 9 |

SEZ. I - INTRODUZIONE

1. Premessa

Con il programma elaborato nel 2013 il Club ha inteso dare vita ad un'azione di conoscenza e valorizzazione del territorio di Langa e Roero e del Sito UNESCO "Paesaggi Vitivinicoli del Sud Piemonte" che ha fra i suoi obiettivi prioritari il far comprendere i profondi significati insiti nella natura di paesaggio culturale vivente (cfr. criteri di iscrizione del sito alla Lista del Patrimonio Mondiale) e divulgare le eccellenze legate al patrimonio culturale materiale e immateriale (eccellenze artistiche, storiche, culturali, paesaggistiche, enogastronomiche, ludiche, folkloristiche) rendendo consapevoli di tali ricchezze innanzitutto le nuove generazioni, chiamate a ereditarle, prendersene cura e farle prosperare.

(....)

La strategia regionale per lo sviluppo sostenibile del Piemonte indica in particolare: *"valorizzare le identità e le caratterizzazioni dei milieu locali e (...) anche i beni comuni materiali e immateriali (capitale linguistico, usi civici, tradizioni culturali, patrimonio documentale delle comunità, ecc.)"*; contribuire a *"valorizzare il patrimonio UNESCO materiale e immateriale"*; *"valorizzare, anche in chiave turistico-culturale, il patrimonio culturale materiale e immateriale diffuso"*.

Il Piano di Posizionamento Cuneo 2029 – che è inerente all'intera Provincia - sottolinea l'importanza delle *"opportunità offerte da quei territori ancora ai margini dei principali flussi turistici, sostenuto dalla presenza di evidenti patrimoni storico culturali (residenze nobiliari, ciclo vie di campagna, tradizioni, microcolture, fontanili, mulini, ecc.) da affiancare ai circuiti turistici più affermati delle Langhe e della montagna"* e di *"una strategia di comunicazione e promozione complessiva del territorio"*, attraverso cui *"rappresentare un momento significativo per affermare un prodotto o un territorio a specifica vocazione turistica"*

2. La progettazione del Club dopo la pandemia

Il Club per l'UNESCO di Alba, Langhe e Roero intende contribuire alla ripresa e allo sviluppo culturale, economico e sociale di Langa, Roero e Monferrato in modo che questo possa cogliere le occasioni di rinascita che ha dimostrato di meritare.

L'attività culturale si lega profondamente alla coesione sociale, alla costruzione della comunità, a riconoscere il significato e il valore dell'essere "qui e ora" in un determinato tempo e luogo, alla capacità di stimolare uno sviluppo radicato nella storia e nello spirito dei luoghi e pertanto una crescita culturale, sociale ed economica guidata dal territorio.

Un aspetto centrale nella "ripartenza" di Langa, Roero e Monferrato è pervenire a valorizzare in modo integrato il patrimonio culturale, e i diversi elementi di eccellenza caratterizzanti il territorio, accrescendo la partecipazione della popolazione e dei visitatori alle attività culturali.

L'approvazione dello Statuto conforme al Codice del Terzo Settore permette al Club di consolidare la propria proposta culturale, attraverso idonei strumenti offerti da tale legislazione: le attività di "co-programmazione e co-progettazione" (art. 55) e la stipula di accordi e "convenzioni" (art. 56) con Associazioni Culturali, Scuole, Enti ed Istituzioni.

L'offerta culturale insita in questo progetto si lega ai progetti di valorizzazione del territorio del patrimonio culturale che questo Club considera essenziale.

Poiché la presente iniziativa è associata al progetto "Landscape Boys", esso rientra nel relativo accordo di partenariato, prova ne sia la richiesta di molti Sindaci di ospitare mostre ed eventi collaterali a quel progetto.

In particolare, la mostra e i convegni, che costituiscono unitariamente il progetto, hanno luogo presso i Comuni di Feisoglio, Niella Belbo, Niella Tanaro e Prunetto.

SEZ. II – CONVEGNO SULLA DIETA MEDITERRANEA

1. Cos'è la dieta mediterranea

(tratto dalla Carta dei Valori della Dieta Mediterranea MIPAAF-Unitelma Sapienza Roma)

Per “Dieta mediterranea” si intende quanto riportato nel dossier approvato dall'UNESCO nel novembre 2010 e, successivamente, nel dicembre 2013, ovvero una pratica sociale basata su un insieme di competenze, conoscenze e tradizioni che vanno dal paesaggio alla tavola e che riguardano, nel bacino del Mediterraneo, le culture, le colture, la raccolta, la pesca, la conservazione, la trasformazione, la preparazione, la cottura e soprattutto le modalità di consumazione del pasto. Questo insieme di conoscenze è associato al ritmo di un calendario stagionale caratterizzato dalla natura e dai significati culturali, sociali, religiosi e/o rituali correlati.

La Dieta Mediterranea si fonda nel rispetto per il territorio e la biodiversità, e garantisce la conservazione e lo sviluppo delle attività tradizionali e dei mestieri collegati alla pesca e all'agricoltura nelle comunità del Mediterraneo. “Dieta” (dal greco diaita, o stile di vita) è l'insieme delle pratiche, delle rappresentazioni, delle espressioni, delle conoscenze, delle abilità,

dei saperi, dei valori e degli spazi culturali con i quali le popolazioni del Mediterraneo hanno creato e ricreato nel corso dei secoli una sintesi tra l'ambiente culturale, l'organizzazione sociale, l'universo mitico e religioso che si articola intorno alle pratiche, alle retoriche e alle poetiche del mangiare.

La Dieta Mediterranea, in tutte le sue varianti locali, promuove l'interazione sociale, poiché il pasto in comune è alla base dei costumi sociali e delle festività condivise da una data comunità, e ha dato luogo a un notevole corpus di conoscenze, canzoni, massime, racconti e leggende, costituendo nel tempo un sistema di stratificazioni culturali che rappresentano l'immaginario collettivo di quelle comunità.

Per “Comunità emblematica” si intende la comunità indicata nel dossier di candidatura UNESCO come rappresentativa dei valori universali dichiarati Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità, che nel caso dell'Italia è rappresentata dalla comunità di Pollica-Cilento, luoghi dove ha vissuto per molti anni il fisiologo americano Ancel Benjamin Keys, per studiare, elaborare e dimostrare le ipotesi dei suoi studi sull'epidemiologia delle malattie cardiovascolari, che lo condussero a formulare le ipotesi sull'influenza degli stili di vita su tali patologie e sui benefici apportati dall'adozione della cosiddetta “dieta mediterranea”, da lui coniata ed intesa nell'accezione di stile di vita (dal greco diaita). La Comunità emblematica è dunque quella maggiormente rappresentativa dell'elemento ma certamente non è l'unica comunità in cui l'elemento è praticato.

[La Dieta Mediterranea soddisfa] i criteri per l'iscrizione nella Lista rappresentativa del patrimonio culturale immateriale dell'umanità, motivando il riconoscimento come segue:

- R.1: in quanto trasmesso di generazione in generazione, attraverso le famiglie, la dieta mediterranea offre un senso di appartenenza e di condivisione e costituisce per coloro che vivono nel bacino del Mediterraneo un elemento essenziale d' identità e un momento per la condivisione e il dialogo;
- R.2: l'elemento può contribuire ad aumentare la consapevolezza del significato delle pratiche legate ad un modello alimentare sano e sostenibile in altre parti del mondo, incoraggiando il dialogo interculturale, promuovendo la creatività nel rispetto per la cultura, l'ambiente e la diversità biologica;
- R.3: il valorizzare, le misure di sensibilizzazione, la trasmissione, la documentazione, rivitalizzazione e azioni normative; con particolare attenzione sul rafforzamento dei meccanismi di cooperazione tra le comunità emblematiche e gli Stati interessati;
- R.4: le comunità interessate in sette paesi attraverso diversi incontri hanno partecipato alla preparazione della candidatura e hanno dato il loro consenso libero, preventivo e informato;
- R.5: la Dieta mediterranea e le sue manifestazioni locali sono stati e sono oggetto di studio, ricerca e documentazione formalmente inventariati in ciascuno degli Stati e dei luoghi indicati come Comunità Emblematiche in ogni Stato interessato.



2. Obiettivi del convegno

Il convegno ha lo scopo di valorizzare la tradizione enogastronomica di eccellenza del nostro territorio, collegandola alla dieta mediterranea, al “gusto e saper vivere” caratterizzante in modo peculiare Langa e Roero, al titolo di “città creativa” per l’enogastronomia conferito dall’UNESCO alla città di Alba e ribadire il profondo legame con il vino (e quindi con i paesaggi vitivinicoli).

3. Soggetti coinvolti

Si prevede il coinvolgimento della Regione Piemonte, della Provincia di Cuneo, dei Comuni partner del progetto “Landscape Boys”, delle Scuole, delle Associazioni Culturali del territorio ove si svolge il convegno.

4. Pubblico di riferimento

Il progetto si rivolge ai destinatari indicati nella sez. V cap. 1 e la partecipazione è gratuita.

5. Relatori

A tale convegno dovrebbero partecipare in qualità di relatori:

- Sindaco di ... - Saluti Istituzionali
- Associazione Patrimonio Paesaggi Vitivinicoli – Saluti Istituzionali
- Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo
- Chef stellato
- Presidente dell’Accademia di Agricoltura di Torino
- Imprenditori del settore oleario

6. Aspetti organizzativi

Sedi: Il convegno si svolge a.... in data dalle ore ...

Trasmissione in streaming: Il convegno viene trasmesso in diretta streaming prevedendo che il pubblico che assiste alla trasmissione possa formulare domande ai relatori. Si ipotizza, ove necessario, la creazione di punti di ascolto presso i Comuni interessati dal progetto “Landscape Boys” in collaborazione con i Comuni stessi.

7. Benefici per le Scuole

Per la natura dei temi trattati, il convegno sulla dieta mediterranea è di particolare interesse per taluni Istituti Professionali (Turismo, alberghiero, agrario).

8. Opportunità per gli sponsor

Il Convegno offre a potenziali sponsor operanti nel settore agroalimentare l'opportunità di confermare la propria eccellenza e il proprio radicamento sul territorio.

In particolare, si osserva che il convegno sulla dieta mediterranea è sicura occasione per presentare o sottolineare iniziative di recupero di produzioni agroalimentari tradizionali, rappresentative della cultura enogastronomica del territorio.

9. Collaborazione con istituzioni ed enti

Richiesta alla Regione Piemonte, alla Provincia di Cuneo ed al Comune sede dell'iniziativa del patrocinio e dell'inclusione dell'evento nei programmi di comunicazione istituzionale. Richiesta alle ATL di collaborazione per la promozione del convegno offrendo l'opportunità di veicolare le eccellenze del territorio.



SEZ. III – PROMOZIONE DEL PROGETTO

1. Destinatari

Questo programma di eventi si rivolge al pubblico generico.

Per quanto riguarda i **residenti**, si individuano i target:

- adulti dai 16 ai 40 anni o fino a quando non hanno figli (earliers);
- coloro che hanno figli fino a quando gli stessi non hanno raggiunto l'indipendenza abitativa (parents);
- coloro i cui figli hanno lasciato l'abitazione o non hanno figli, dai 40 anni fino alla terza età (empty nesters).

Con riferimento al territorio, la **comunità** può essere inoltre segmentata in:

- Cittadini residenti delle città (oltre alle macrocategorie sopra descritte)
- City user: lavoratori e studenti (pendolari);
- Cittadini dei territori: i residenti dei comuni appartenenti alle province di Cuneo, Asti, Alessandria

Si identificano differenti tipologie di **visitatori**, in base alla provenienza geografica, alla modalità di trasferimento e di pernottamento.

- Escursionisti: residenti del Nord Italia in grado di raggiungere il territorio con un trasferimento su ferro/gomma ed effettuare una visita senza pernottamento.
- Turismo domestico: residenti in Italia, ad esclusione dei residenti, il cui spostamento richieda almeno un giorno di permanenza (una notte trascorsa sul territorio), in qualità di viaggiatori autonomi o di gruppi (bus turistici): centri ricreativi, associati pro loco, cooperative, turismo scolastico.
- Turismo estero di prossimità: residenti provenienti da Europa, Balcani, Nord Africa che si spostano in aereo e raggiungono la destinazione con permanenza di una o più notti.

Target meritevoli di particolare attenzione sono i seguenti:

- Ufficio Scolastico Regionale;
- Ambiti Territoriali di Alessandria, Asti e Cuneo;
- Distretti Scolastici;
- Istituti di Istruzione Superiore;
- Accademie e Scuole di cucina o agrarie;
- Università;
- Sindaci dei Comuni, in particolare quelli aderenti al progetto Landscape Boys

- Dirigenti Scolastici delle Scuole e delle Accademie delle Province di Cuneo, Asti, Alessandria

(...)