

RAVELLO FESTIVAL
RAVELLO
FESTIVAL
2004
Villa Rufolo

*“Il Sogno e le Reti:
la Scommessa della qualità italiana”*



Le Reti della qualità territoriale

*A cura di:
Domenico Sturabotti*

*Con il contributo di:
Alessia Mori
Patrizia Di Nenno*

*Elaborazione grafiche, su fonti Legambiente:
SERICO*

Legambiente onlus
Via Salaria, 403
00199 Roma
tel 0686268361, fax 0686268397
e-mail: d.sturabotti@mail.legambiente.com

INDICE

- pag. 4 PREMESSA
- pag. 6 Associazione nazionale città del vino
- pag. 9 Associazione nazionale città del tartufo
- pag. 10 Associazione delle enoteche pubbliche e delle strade del vino
- pag. 12 Associazione movimento del turismo del vino
- pag. 14 Il club dei distretti industriali
- pag. 15 Associazione nazionale città dell'olio
- pag. 17 Associazione italiana paesi dipinti-ASSIPAD
- pag. 19 Associazione italiana patrimonio mondiale dell'UNESCO
- pag. 21 Associazione nazionale formaggi sotto il cielo
- pag. 23 Il circuito delle città d'arte della Pianura Padana
- pag. 24 Associazione nazionale città del pesce di mare
- pag. 25 Associazione nazionale città del castagno
- pag. 27 Associazione città della ceramica
- pag. 30 Associazione delle città d'arte e cultura-CIDAC
- pag. 32 Associazione Nazionale città della Terra Cruda
- pag. 34 Associazione città slow
- pag. 37 Il club de "I Borghi più belli d'Italia"
- pag. 38 Associazione città del miele
- pag. 40 Associazione città del pane
- pag. 42 Associazione nazionale città delle ciliegie
- pag. 44 Associazione città del Bio-Associazione per lo sviluppo della "cultura del Bio"
- pag. 46 A.N.C.I Progetto Res Tipica
- pag. 48 Associazione nazionale città della nocciola
- pag. 50 Le cinque vele-La guida blu di Legambiente e del Touring Club Italiano
- pag. 53 Bandiere Arancioni-Marchio di Qualità Turistico Ambientale per l'Entroterra
- pag. 55 Presidi Slowfood
- pag. 57 Compagnia dei Parchi
- pag. 58 La Federazione Italiana dei Parchi e delle Riserve Naturali

In meno di vent'anni, dal 1986 anno dello scandalo del metanolo, l'Italia del vino ha abbandonato la linea delle grandi quantità e dei prezzi bassi, ha tagliato le produzioni, raggiunto una qualità eccellente e un forte e positivo rapporto con il territorio. E l'anno scorso abbiamo esportato circa tre miliardi di euro di vino.

La storia dei vini italiani è già oggi la storia di una grande riconversione ecologica dell'economia, di una scommessa vincente sulla qualità. Ed è solo una delle storie che potrei raccontare, pescando fra quelle delle reti territoriali riunite quest'anno a Ravello. Tutte dimostrano una cosa: che il sogno di un'Italia di qualità può diventare una concreta realtà.

La risposta al declino dell'Italia – sembrano volerci dire queste esperienze - passa per la scommessa sulla conoscenza, sulla ricerca, sull'innovazione e la qualità. Non si può pensare e progettare un paese migliore, più competitivo, più equo e rispettoso dell'ambiente, più bello e desiderabile, se non si parte dal riconoscimento e dalla valorizzazione del capitale sociale, dei talenti nascosti nelle pieghe del nostro territorio.

Non è difficile accorgersi che spesso i protagonisti di queste avventure sono stati i comuni, anche piccoli o piccolissimi. Molti di loro hanno scansato malintese idee di sviluppo imboccando invece una via originale verso la crescita economica, una via che è fatta di nuove tecnologie e rispetto dei saperi tradizionali, di globalizzazione e insieme valorizzazione del proprio territorio (delle risorse naturali, di quelle storico-culturali, delle produzioni tradizionali). Il presidente della Repubblica Ciampi evoca tutto questo quando ricorda che, se ci interroghiamo su *“che cosa sia il fondamento della nostra identità nazionale, non possiamo non pensare - in primo luogo - alle bellezze della natura, dell'ambiente, di un territorio che, indissolubilmente intrecciate con l'arte, la cultura, le tradizioni delle nostre comunità, ne fanno un patrimonio eccezionale nel mondo”*. Quando sostiene che abbiamo di fronte *“una realtà che ci può dare prospettive di crescita, di guadagno, di qualità della vita”*. Sta qui anche il senso, e il motivo del successo, di PiccolaGrandeItalia, che nel riconoscimento e nel rilancio del ruolo dei più piccoli centri d'Italia, dei loro territori e tesori, ha il suo primo obiettivo.

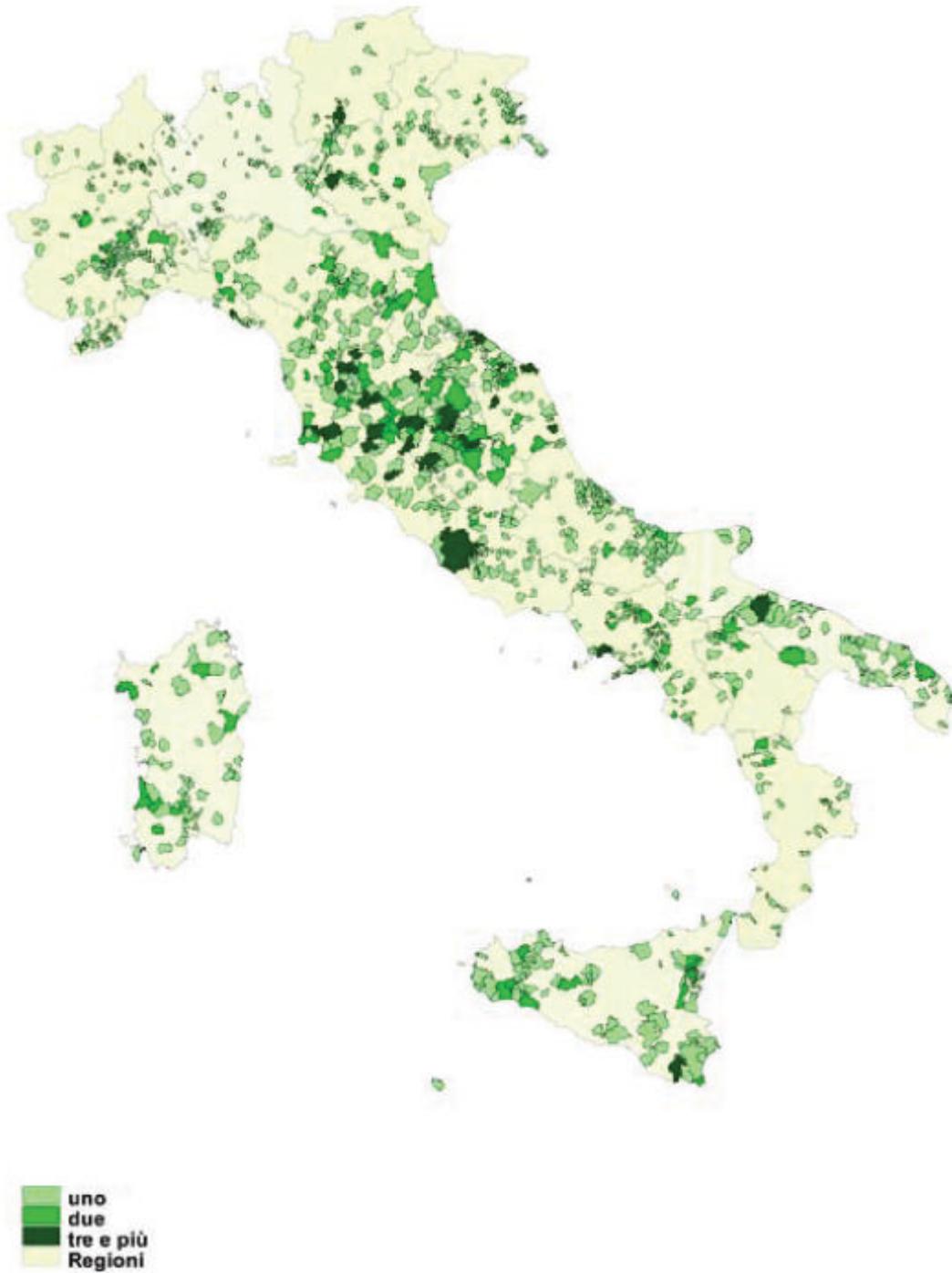
Le *Reti delle qualità territoriali* sono nate proprio dall'ambizione di ridisegnare la geografia socioeconomica del Paese, partendo da un progetto per il futuro ispirato alla qualità e ancorato alle identità condivise. Ecco allora che dalla coltura di un prodotto d'eccellenza, da una pregevole caratteristica architettonica o artistica, piuttosto che da una iniziativa culturale, hanno preso corpo le Città del pane, quelle del vino, le CittaSlow, i Paesi dipinti o le Strade del vino. L'Italia è oggi tutto un proliferare di progetti che hanno successo perché sono figli di quello spirito di squadra, tanto caro al nuovo presidente di Confindustria Montezemolo, che ha dato alle piccole realtà le energie per fare, forti della loro consolidata identità, il salto verso il mondo globalizzato.

La stessa consapevolezza che anima le reti delle qualità territoriali – il piccolo è bello e di successo se supera gli angusti perimetri della dimensione localistica, se entra in una storia comune, se condivide un progetto di largo respiro – ci chiama tutti a nuove decisive alleanze. In primo luogo con quanti nel mondo delle imprese e del credito si muovono nella stessa direzione. La nuova squadra alla guida di Confindustria, ad esempio, e l'idea di una competizione d'eccellenza che porta con sé, aprono nuovi scenari. Con queste forze innovative si devono costruire un dialogo e una collaborazione serrati che, sotto la stella polare della qualità, servano a tracciare obiettivi e percorsi comuni.

E' questa la sfida di Ravello: proporsi come luogo dove le reti si mettono in rete e incontrano gli altri attori della vita del paese, per orientare e avviare l'Italia verso un futuro di qualità e di successo.

Ermete Realacci

LE RETI DELLA QUALITA'



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE CITTÀ DEL VINO



Istituita a Siena nel 1987 con lo scopo di tutelare: la vitivinicoltura di qualità, i vitigni autoctoni, le attività rurali in via di cessazione, il paesaggio storico, i prodotti tipici locali; le risorse naturali, storiche, architettoniche, culturali, umane e imprenditoriali dei territori del vino; i vini di pregio, anche attraverso iniziative di carattere selettivo.

Promuove lo sviluppo economico locale sostenibile, favorendo la permanenza degli agricoltori nelle zone rurali, l'integrazione di nuove imprese e servizi e la concertazione tra gli interessi; l'offerta turistica integrata basata sulla qualità del territorio, del vino, dei prodotti locali e tradizionali, e dei servizi; la cooperazione a livello europeo ed internazionale, per predisporre progetti di carattere transnazionale; il rapporto tra i produttori e gli enti pubblici e strumentali competenti per la maggiore tutela della qualità del vino e delle risorse ambientali, paesaggistiche, urbanistiche, artistiche e storiche dei territori a particolare vocazione viticola; l'adozione di strumenti urbanistici appropriati alle caratteristiche dei territori delle Città del Vino; la cultura del vino, attraverso iniziative editoriali e di comunicazione per sollecitare l'opinione pubblica qualificata e divulgare le proprie iniziative; la formazione e l'educazione al gusto con iniziative a carattere didattico e informativo; il rapporto con le associazioni delle autonomie e con le altre associazioni.

Gli associati

Fanno parte dell'associazione i comuni che danno nome ad un vino, che producono nel proprio territorio vini a denominazione di origine e che documentino un'adeguata tradizione enologica connessa a valori di carattere ambientale, storico e culturale. Possono aderire anche i Comuni di altri Paesi dell'Unione Europea e altri soggetti istituzionali o misti pubblico-privato, nei cui territori o ambiti territoriali si producono vini a denominazione di origine controllata e si valorizzi la cultura del vino e dell'accoglienza, come per esempio le Province le Comunità montane, le Unioni Comunali, i Circondari e gli Enti similari, e le strade del vino e gli Enti Parco che hanno nel proprio territorio almeno una denominazione di origine.

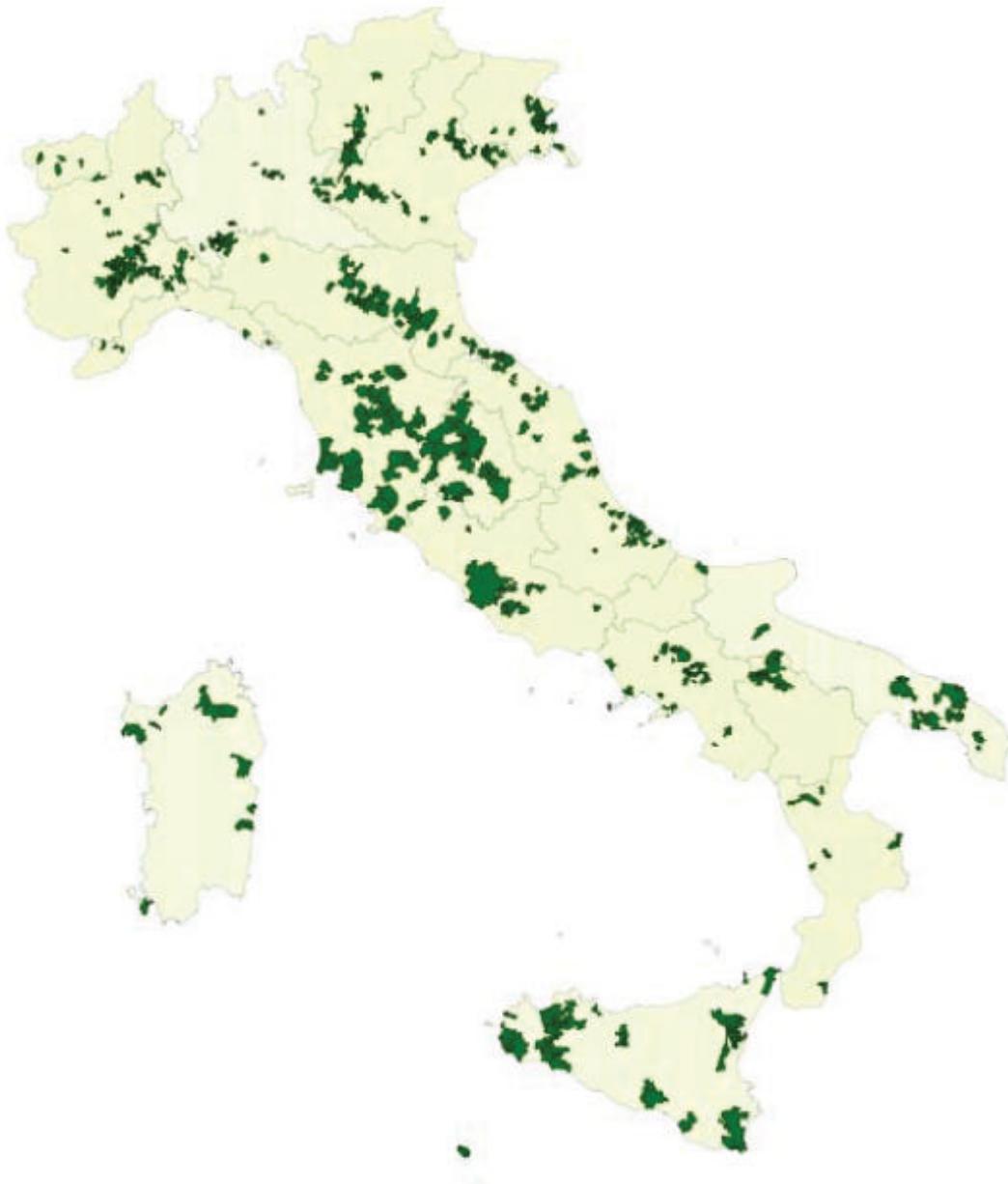
Le città che hanno aderito all'associazione sono 530, tra cui anche tre Comuni del Canton Ticino (Lugano, Bellinzona, Mendrisio), uno dell'Istria (Verteneglio) e la Repubblica di San Marino. All'associazione hanno aderito, in qualità di soci straordinari, le Province di Siena e di Avellino, le Comunità montane Terminio Cervialto e Alento Montestella, il Parco nazionale del Vesuvio e quello delle Cinque Terre, il Parco dell'Etna.

I Comuni associati si impegnano a recepire nello Statuto Comunale come valori fondamentali la vitivinicoltura di qualità, il paesaggio e l'ambiente, le produzioni tipiche, la cultura dell'ospitalità, la qualità della vita e ad introdurre nell'ambito della propria pianificazione e gestione territoriale i principi della metodologia del piano regolatore delle Città del Vino e della certificazione ambientale, a contrastare e disincentivare l'introduzione di materiale geneticamente modificato in agricoltura, a favorire la produzione di prodotti tipici locali e artigianali anche con l'applicazione delle Denominazioni Comunali, a favorire l'inserimento nei programmi scolastici di competenza corsi di educazione al gusto tutelando i diritti degli alunni ad una corretta alimentazione ed alla conoscenza delle tradizioni locali. Ogni Socio ha il diritto di usare il marchio sociale, che è normato da un regolamento.

Attività

- Organizza la Convention delle città del vino, momento di riflessione a cui sono invitati esperti, amministratori ed operatori privati sulla tendenza in atto e sul concetto moderno di turismo alla ricerca del benessere e della qualità del vivere.
- Partecipa in forma singola o associata a numerose fiere nazionali quali: la BIT (Borsa internazionale del turismo di Milano), VINITALY di Verona, Salone del Libro , Salone del Gusto di Slow Food a Torino, il BITEG (Borsa internazionale del turismo enogastronomico) di Riva Del Garda ed il FORUM VINUM di Monaco di Baviera.
- Realizza la Guida annuale delle città del vino.
- Collabora alla realizzazione di Cantine Aperte, organizzata dal Movimento del Turismo del vino
- Organizza l'evento d'estate: Calici di stelle
- Aderisce alla Rete europea città del vino, un organismo creato per sedimentare rapporti di solidarietà e di scambio culturale tra le diverse città del vino europee e per promuovere progetti di patternariato per l'accesso ai finanziamenti dell'unione europea.
- Promuove la legge sulle Strade del vino in Italia oggi cura la loro realizzazione attraverso i propri coordinamenti e le proprie strutture regionali e provinciali.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTA' DEL VINO



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DEL TARTUFO



Costituita ad Alba nel 1990 per iniziativa di sette città del tartufo e tre comunità montane, con lo scopo di potenziare l'attività economica legata al tartufo, di tutelare l'ambiente tartufigeno naturale, il commercio e il controllo delle piante micorizzate e di coinvolgere nella filiera centri di ricerca. Inoltre, mira a tutelare la libera attività di ricerca del tubero da parte dei tartufai, che di tale filiera rappresentano il primo gradino.

L'associazione vuole quindi la valorizzazione del tartufo italiano delle specie riconosciute per legge (con particolare riguardo per il Tuber Magnatum Pico e per il Tuber Melanosporum Vitt), salvaguardare il territorio e l'ambiente delle zone tartufigene particolarmente vocate, coordinare le singole manifestazioni promozionali e tecniche dedicate al tartufo nonché favorire la pubblicizzazione e la conoscenza delle zone italiane produttrici di tartufo con la divulgazione di carte turistiche, guide e sussidi didattici. L'Associazione opera anche per l'individuazione, il riconoscimento e la promozione di marchi D.O.C. del tartufo per Regioni, Province e zone particolari e intende contribuire alla definizione della normativa fiscale legata alla raccolta e commercializzazione dei tartufi per avere norme chiare e definitive che siano valide su tutto il territorio nazionale.

Gli associati

Possono associarsi tutti i comuni il cui territorio si caratterizza per la presenza di aree di produzione del tartufo in cui quest'ultimo costituisce un elemento essenziale per la diffusione delle produzioni tipiche o per lo sviluppo del turismo.

L'Associazione comprende oggi 13 comuni e 10 comunità montane e una provincia, che coprono le più importanti aree per la produzione del tartufo "bianco e nero", dal Piemonte ad Agnone all'Alto Molise.

Attività

- Promuove e valorizza i territori tartufigeni attraverso eventi, ricerche e l'organizzazione di manifestazioni che hanno lo scopo di fare conoscere le proprie realtà e le prospettive turistiche dei singoli territori, illustrate, tra l'altro, in un'apposita guida, edita dal Touring Club Italiano.
- Promuove attività di ricerca sulle problematiche della produzione del tartufo in collaborazione con il Consiglio Nazionale delle Ricerche, il Centro Nazionale Tartuficoltura di Sant'Angelo in Vado e con gli Istituti Universitari ed i Centri Pubblici italiani.
- Partecipa attivamente alle attività del centro Studi Nazionale sul Tartufo nella promozione della Carta di Qualità e nelle ricerche e studi per l'individuazione dell'origine e la territorialità del tartufo.
- Organizza eventi vari. In occasione della manifestazione "Langhe e Roero in piazza", un grande evento gastronomico, l'associazione ha organizzato "Degustazione d'Eccellenza" nel quale era possibile degustare a prezzi accessibili tre accostamenti fra altrettanti piatti a base di tartufo bianco e tre vini del territorio.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTA' DEL TARTUFO



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE DELLE ENOTECHE PUBBLICHE E DELLE STRADE DEL VINO



Costituita nel giugno del 1991 a Siena grazie alla volontà dei suoi soci fondatori, rappresentativi di 8 enoteche storiche italiane e di strutture più recenti, e ha visto recentemente una modifica dello statuto grazie al quale sono state poste le premesse per raggruppare in unico organismo tutte le strutture territoriali permanenti del vino di iniziativa pubblico-privata.

Partendo dalla constatazione che tali organismi rappresentano il punto di arrivo di un turismo del vino molto consistente e il luogo dove si realizza la prima comunicazione informativa del vino, l'Associazione ha cercato di valorizzare proprio l'esclusività del servizio fornito dalle enoteche che, nate dalla volontà e con l'apporto determinante di enti pubblici, si esplica principalmente in una funzione informativa e orientativa nei confronti del consumatore.

L'Associazione cerca di valorizzare proprio l'interesse collettivo e culturale delle enoteche pubbliche che divulgano non solo l'origine dei prodotti ma anche la civiltà storica dell'area determinando con la loro attività una forte crescita della cultura della qualità.

Alcune enoteche svolgono anche un ruolo di servizio promozionale fornendo la propria attività anche fuori del territorio di competenza per la valorizzazione dei vini di qualità. Il diffondersi di tale funzione porta all'instaurarsi di rapporti più complessi tra regioni, enti locali ed enoteche.

Gli associati

L'Associazione conta ad oggi ben 20 enoteche associate, una strada dell'olio e tre strade del vino, organismi territoriali per la gestione di itinerari enogastronomici che, nel 1999, hanno trovato un proprio riferimento normativo nella legge n.268.

Attività

- Promuove la cultura del vino attraverso l'organizzazione di convegni e attività di sensibilizzazione che vogliono avvicinare, anche in maniera originale, il grande pubblico al mondo della qualità enogastronomia.
- Svolge attività di informazione attraverso il suo sito, sono disponibili, inoltre, informazioni su tutte le strutture associate, compresi i relativi link.
- Organizza la campagna nazionale di sensibilizzazione al bere corretto e moderato dal titolo *Per Bacco Ragazzi*, in collaborazione con Enoteca Italiana, Mifap, Regioni, Università di Siena e Agivi.
- Organizza il campionato dei Degustatori Non Professionisti, le *Viniadi*, che quest'anno è alla seconda edizione.

IL MOVIMENTO DEL TURISMO DEL VINO



Nato nel 1993, con lo scopo di promuovere le visite dei luoghi di produzione del vino, al fine di accrescerne il prestigio e creare prospettive di sviluppo economico. Obiettivo principale è quello di avvicinare il turista al mondo della vitivinicoltura, sostenendo l'incremento e la qualificazione dei flussi turistici in tutte le aree italiane a vocazione vitivinicola, anche attraverso il miglioramento della qualità dei servizi turistici delle cantine e dei distretti al fine di migliorare l'immagine, le prospettive economiche e occupazionali del territorio del vino.

Gli associati

Fanno parte del Movimento le cantine di tutte le aree d'Italia a vocazione vitivinicola, che vengono selezionate sulla base di specifici requisiti, primo fra tutti quello dell'Accoglienza enoturistica.

L'Associazione annovera attualmente 1027 tra le cantine più importanti di Italia.

Attività

- Svolge attività di ricerca offrendo la propria collaborazione ad Università, Centri di Ricerca e Organismi Istituzionali, partecipa ad importanti fiere (prima fra tutte il Vinitaly di Verona ma anche il Salona del Vino di Torino),
- Organizza convegni, produce materiale divulgativo, collabora con tour operator locali al fine di realizzare itinerari turistici enogastronomici e progetta corsi di formazione per la creazione di figure professionali esperte di cultura del vino e di accoglienza in cantina.
- Promuove *Il Decalogo dell'Accoglienza* – per qualificare l'offerta turistica delle aziende vitivinicole associate al Movimento e per proporre una certificazione di qualità in grado di garantire la professionalità nell'accoglienza; emanato dal movimento e certificato dalla Società CSQA rappresenta un impegno concreto nei confronti del turista, rendendo immediatamente evidente la qualità del servizio attraverso l'utilizzo di un simbolo che permette di classificare le aziende secondo 4 livelli in base a determinate requisiti che sono in grado di garantire.
- Partecipa a mostre e fiere internazionali come la BITEG (settima borsa internazionale del turismo enogastronomico) o come la MIWINE la prima esposizione professionale internazionale del vino e dei distillati di qualità organizzata dalla Fiera Di Milano.
- Pubblica *Giravino*, la prima guida al turismo del vino di qualità, garantito da quelle aziende che hanno scelto di aderire ad un circuito nato con l'obiettivo di offrire al turista un'esperienza unica, da ricordare e raccontare.

Promuove eventi importanti che hanno appunto, lo scopo di avvicinare il turista al mondo della vitivinicoltura come:

- *“Calici di stelle”* :il 10 agosto,la notte di San Lorenzo,la notte delle stelle cadenti,la Toscana si profuma con gli aromi del” nettare di Bacco” dando vita a “CALICI DI STELLE”.Vicoli e corti,strade e piazze si illuminano della stessa luce del cielo per far sognare ancora una notte tutti gli amanti del vino.NEL 2002 la manifestazione ha raggiunto anche le cantine dei produttori vinicoli che hanno aperto le porte dei loro caveau enologici a tutti i visitatori.
- *“Cantine Aperte”*: nonostante le condizioni metereologiche variabili in alcune regioni la dodicesima edizione di “CANTINE APERTE”organizzata in tutta Italia dal movimento e svoltasi nei giorni di sabato 20 e domenica 30 maggio 2004, ha registrato un successo ed un entusiasmo senza pari. Più di un milione e 200mila gli enoturisti. L'indice di gradimento è stato

più che positivo in tutte le regioni che hanno saputo offrire proposte interessanti ed originali nelle cantine associate, all'insegna dell'accoglienza di qualità.

- “*Benvenuta Vendemmia*”: La volontà di riscoprire e rivivere nelle campagne la straordinaria atmosfera di festa legata al periodo della raccolta ha portato il movimento a dedicare una domenica del mese di settembre, tradizionalmente legata alla vendemmia, a celebrare la festa con **BENVENUTA VENDEMMIA**. E' un'occasione ideale per aprire le porte delle aziende e far assistere turisti e visitatori alle fasi tipiche del ciclo di produzione.

IL CLUB DEI DISTRETTI INDUSTRIALI



Costituito nel 1994 allo scopo di colmare il vuoto di rappresentanza e tutelare gli interessi specifici dei distretti industriali italiani che, come ogni sistema locale, sono realtà caratterizzate da una pluralità di settori e da modi di organizzare la produzione diversi tra loro che difficilmente possono costituire un oggetto unico di intervento. L'Associazione propone, in sostanza, un modo nuovo di affrontare le questioni relative ai distretti industriali in particolare e ai sistemi locali in generale, un approccio basato sul territorio e sulla responsabilizzazione della comunità delle persone che vi risiedono: il trasferimento dei poteri dai livelli centrali e regionali a quelli locali costituisce in tal senso, la premessa di una nuova politica di sviluppo.

In particolare propone di:

- creare un network tra gli operatori dei distretti per favorire lo scambio di informazioni e di esperienze su problemi comuni;
- promuovere sia relazioni con i centri decisori della politica industriale a livello nazionale e comunitario, sia relazioni internazionali con altri distretti, organizzazioni economiche e culturali;
- sostenere studi e ricerche in campo economico e collegamenti fra gli operatori istituzionali, economici, culturali e scientifici, favorendo la sensibilizzazione sulle politiche per lo sviluppo dei sistemi locali;
- promuovere l'immagine e comunicare la realtà dell'economia italiana basata sui distretti industriali;
- promuovere iniziative e servizi di comune interesse dei soci.

Gli associati

I soci possono essere tutte le strutture che svolgono la loro attività a livello locale vicino agli operatori economici: le Associazioni di categoria degli industriali e degli artigiani, le organizzazioni sindacali, le Camere di Commercio, i Centri di servizi alle imprese.

Attualmente sono associati 40 dei 100 distretti industriali italiani che rappresentano tutti i principali settori del made in Italy e che complessivamente, contano, nei settori di specializzazione, 55 mila imprese con oltre 450 mila addetti che realizzano oltre 45 miliardi di euro di fatturato

Attività

- Ha ideato in collaborazione con Cittadellarte (fondazione molto vicina alle tematiche d'impresa) *Arte e Impresa*. Il progetto ruota attorno al "Manifesto dell'arte e dell'impresa" che mira a mettere in luce come l'impresa italiana, per le sue specificità non solo economiche-produttive ma anche sociali, creative e organizzative, sia unica al mondo. Il senso generale del Manifesto può essere in sostanza concentrato nel claim: **L'IMPRESA ITALIANA E' UNA MISSIONE CULTURALE**.
- Ha pubblicato in collaborazione con Unioncamere, la prima *Guida ai distretti industriali italiani* che raccoglie le schede di 100 distretti. Si tratta di un viaggio nelle diverse realtà italiane che certamente contribuirà a realizzare nuovi contatti.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DELL'OLIO



Istituita a Larino (Campobasso) nel 1994 con l'obiettivo di operare per la maggiore tutela e conoscenza della qualità dell'olio extravergine di oliva e delle risorse ambientali, paesaggistiche, artistiche e storiche dei territori a particolare vocazione olivicola. E' impegnata a creare le condizioni per l'esposizione permanente degli oli di pregio, per coordinare e/o organizzare manifestazioni promozionali, tecnico e culturali sugli oli, realizzare opere divulgative, carte turistiche e altri sussidi didattici volti alla conoscenza dei territori olivicoli italiani. Inoltre cerca di valorizzare la cultura e la tradizione olivicola e di diffondere la civiltà dell'olio attraverso raccolte museografiche e mostre permanenti della storia dell'olio e la promozione di manifestazioni collettive per favorire lo scambio di esperienze e la reciproca conoscenza tra produttori.

Gli associati

Possono aderire all'Associazione in qualità di Soci effettivi i Comuni che danno nome ad un olio o nei quali si producono oli che documentino adeguata tradizione olivicola connessa a valori di carattere ambientale, storico, culturale, e rientranti in una Denominazione di Origine; le Province, le Camere di Commercio e le Comunità Montane che comprendono i comuni con le caratteristiche sopra descritte. Possono aderire in qualità di Soci sostenitori Enti, Associazioni o Consorzi di Tutela.

Ad oggi sono oltre 280 gli Enti Pubblici associati. Infatti, sono ben 17 le regioni italiane che possono vantare almeno un Olio d'Oliva Extravergine DOP, regolarmente registrato e conosciuto a livello nazionale.

Attività

- Ha dato vita a diversi progetti finalizzati alla tutela, alla promozione e valorizzazione sia dell'ambiente sia della cultura dell'olivo.
- E' tra i promotori della Borsa del Turismo dell'Olio, che chiama a raccolta i principali tour operator italiani e stranieri per dare concretezza ad un'offerta turistica che sia vendibile e attraente per loro e i loro clienti.
- Partner nel progetto "Oleoturismo" approvato dalla Comunità Europea, che vede l'Italia ricoprire il compito di coordinatrice del gruppo di lavoro.
- Partecipa alla Commissione Oleoturismo.com per la creazione del principale data- base sull'olio del Mediterraneo.
- Impegnata attivamente contro il traffico degli ulivi secolari puntando sul turismo dell'olio per mantenere viva la cultura dell'olio e promuovere il rispetto e la valorizzazione dei territori d'origine.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTA' DELL'OLIO



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE ITALIANA PAESI DIPINTI – ASSIPAD



Nata da una iniziativa di alcuni comuni interessati dal fenomeno e dell'Azienda di Promozione Turistica del Varesotto, che nel 1994, provando a redigere un primo elenco dei paesi che avevano cercato di raccontare la loro storia e le loro aspirazioni sui muri esterni delle abitazioni, hanno scoperto che erano più di 70 i piccoli borghi, che presentavano significative opere murali. L'Associazione vuole promuovere questi piccoli paesi, spesso ai margini degli itinerari del turismo di massa. Entrando più nel dettaglio l'Associazione si propone ed ha lo scopo di:

- Collegare sotto il profilo culturale la comunità italiane che posseggono, promuovono e valorizzano, a prescindere dalle diverse tematiche e carature artistiche, il patrimonio pittorico antico e recente, realizzato sui muri esterni delle abitazioni;
- Far conoscere la funzione turistico – culturale del suddetto patrimonio attraverso l'ideazione di opportune iniziative comuni, quali opuscoli, mostre, conferenze, video, film, ecc...;
- Sollecitare scambi di esperienze artistiche, organizzative, giuridico – amministrative tra gli associati, nonché incontri tra gli operatori, gli studiosi e i tecnici che s'interessano delle problematiche generali dei paesi dipinti;
- Ottenere maggiore considerazione dalle istituzioni pubbliche mediante il conseguimento di patrocini e sponsorizzazioni finanziarie alle attività di conoscenza e valorizzazione dei paesi dipinti;
- Spronare gli associati a restaurare, abbellire e mantenere sempre in condizioni di massima fruibilità turistica il patrimonio artistico;
- Stimolare la creazione di itinerari artistico – culturali a tema e la predisposizione dei relativi “pacchetti turistici” da proporre sul mercato internazionale.

Gli associati

Possono fare parte dell'Associazione tutte le comunità che ne fanno richiesta e che posseggono patrimonio pittorico antico o recente sui muri esterni delle abitazioni. I soci possono esserne esclusi qualora dimostrino comportamenti non conformi alle finalità dell'Associazione.

In tutta la Penisola sono stati censiti più di duecento paesi dipinti; attualmente circa 30 sono associati anche se molti altri sono in procinto di aderire e l'Associazione sta pensando di collegarsi anche con altri centri dell'Europa dalla storia ed ubicazione simile a quella dei borghi italiani.

Di particolare rilievo sono: *Il paese dei pittori naif* (Lauro,Avellino), *Il paese del cinema messo al muro* (Legro-Orta San Giulio), *Il paese dei murales di protesta sociale e di satira politica* (Orgosolo,Nuoro,i cui murales ricordano quelli sudamericani), *il Paese dal lungo murales* (ben 1100m,Piombino,Livorno), *Il paese dalle porte dipinte* (Valloria-Prelà,Imperia).

Attività

- Presente alla BIT di Milano (Borsa internazionale del turismo). Questa partecipazione rappresenta un passo avanti verso la conquista del marchio Città d'identità.
- Ha ottenuto il marchio RES TIPICA(un progetto promosso per la difesa e lo sviluppo delle tradizioni locali intese come beni culturali),questo in virtù della sua appartenenza al club delle città d'identità e in particolare perché appartenente all'ASSIPAD.

ASSOCIAZIONE ITALIANA PAESI DIPINTI



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE CITTÀ ITALIANE PATRIMONIO MONDIALE UNESCO



Ideata dalla città di Vicenza nel 1995, si è regolarmente costituita nell'ottobre 1997. Opera principalmente per la tutela del patrimonio culturale e naturale già dichiarato patrimonio dell'umanità dall'UNESCO, collaborando, attraverso progetti comuni, con amministrazioni pubbliche italiane e istituzioni internazionali. Per la realizzazione delle proprie finalità, propone progetti e iniziative di educazione e formazione in collaborazione con le autorità scolastiche, le università e gli istituti di ricerca pubblici e privati, nonché con analoghe associazioni presenti in Italia, con l'ANCI e con l'Unesco. La costituzione della rete vuole favorire lo scambio di esperienze tra le varie realtà e la programmazione di una politica turistica che corrisponda agli interessi e alle esigenze delle comunità. Soci fondatori sono i comuni di Alberobello, Andria, Capriate S. Gervasio, Ferrara, Matera, Ravenna e Vicenza.

Gli associati

Possono entrare a fare parte dell'Associazione tutte le località italiane sul cui territorio insistono beni culturali e naturali iscritti nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'Unesco.

La durata dell'Associazione è a tempo indeterminato.

Attualmente fanno parte dell'Associazione 28 comuni tra cui: Alberobello, Andria, Crespi d'Adda, Ferrara, Matera, Ravenna, Capriate San Gervasio, Tivoli, Urbino, Porto Venere, Barumini. Sono in corso di definizione le adesioni di Lipari, Padova, Salerno e Verona.

Attività

- Ha pubblicato I luoghi Italiani del patrimonio dell'umanità, un viaggio attraverso le città UNESCO al fine di promuovere un turismo di qualità;
- Ha attivato un portale internet specifico;
- Attiverà una "rivista semestrale nazionale" che avrà lo scopo di promuovere, sul piano culturale e turistico, i siti italiani del patrimonio mondiale
- Promuove un disegno di legge per attivare misure speciali di tutela e valorizzazione dei siti UNESCO italiani.
- Partecipa alla redazione del modello di piano di gestione presentato dal ministero per i beni e le attività culturali. La finalità dei piani previsti dall'UNESCO è quella di garantire nel tempo la tutela e la conservazione dei caratteri di eccezionalità dei luoghi censiti. Il documento ministeriale riconosce, tuttavia, come tutela e conservazione vadano integrate con una politica di gestione in grado di attivare insieme alla salvaguardia delle identità la filiera delle attività culturali e produttive correlate in modo da produrre la valorizzazione dei territori anche in termini economici.

ASSOCIAZIONE ITALIANA PATRIMONIO MONDIALE DELL'UNESCO



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ANFOSC ASSOCIAZIONE NAZIONALE FORMAGGI SOTTO IL CIELO



Nata nel 1995 per tutelare e valorizzare i formaggi prodotti esclusivamente con il latte di animali al pascolo.

Gli associati

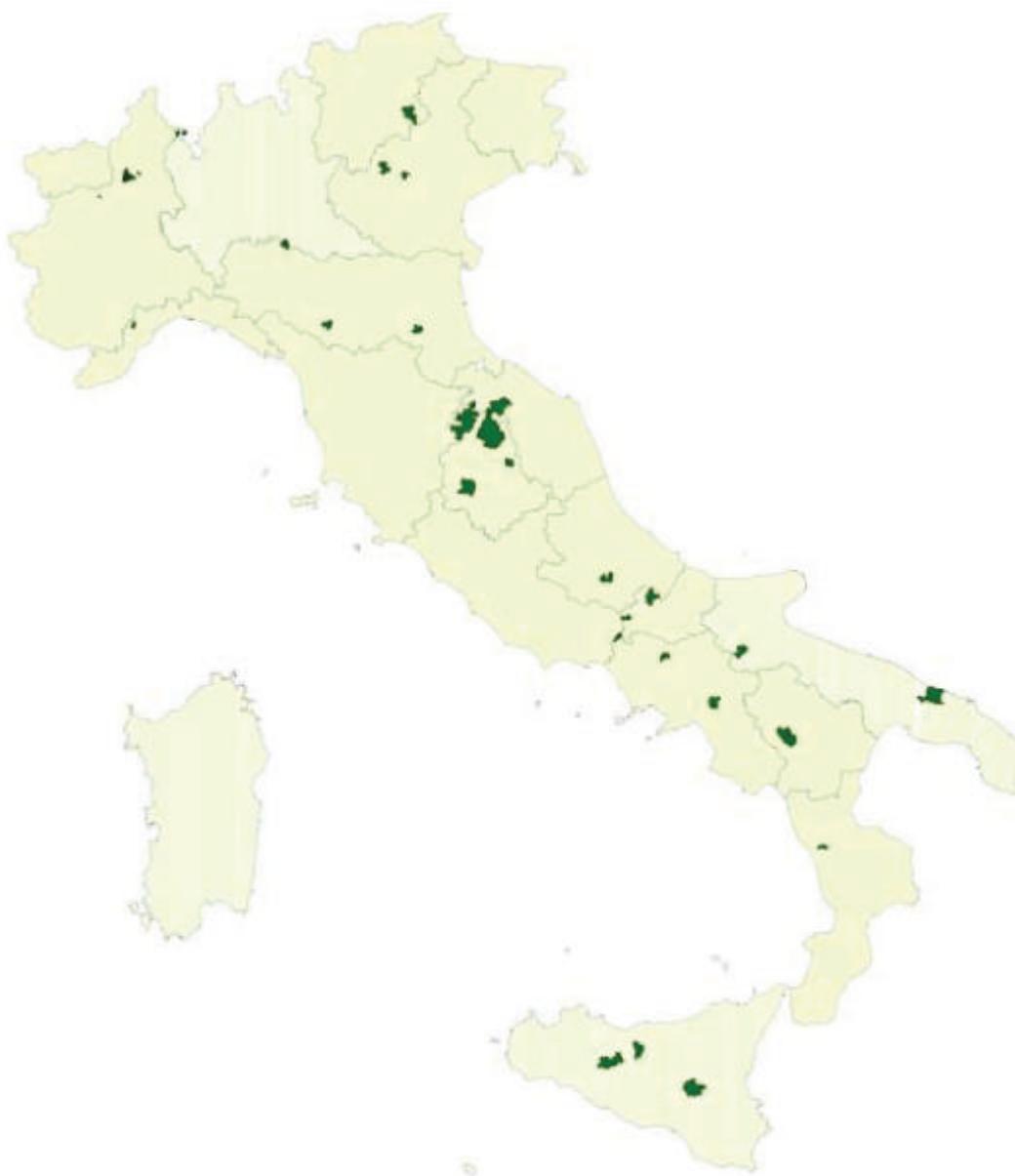
Possono associarsi non solo i produttori, ma tutti coloro che hanno a cuore il problema di diffondere la cultura dei “Formaggi sotto il cielo”.

Attualmente l’ANFOSC conta 33 associati tra aziende agricole e caseifici dislocati in 12 regioni .

Attività

- Organizza il concorso Nazionale *Premio Caseus* (il miglior carrello dei formaggi). Lo scopo del concorso è valorizzare il lavoro dei ristoranti presenti sul territorio nazionale che hanno una particolare sensibilità nella selezione del formaggio.
- Promuove un Marchio che reca la scritta *Formaggi sotto il Cielo – ANFOSC*. Ogni bollino è numerato progressivamente, in tal modo, a seconda del numero di etichette ordinate ed alla combinazione letterale, sarà possibile risalire al produttore e alla tipologia di formaggio marchiato. Il marchio può essere richiesto da tutti i produttori che fanno formaggi con il latte di animali al pascolo e in conformità al Disciplinare di Produzione “Formaggi sotto il Cielo”.
- Organizza in collaborazione con COOPAGRIVAL (Cooperativa Agricoltori della Val d’Aosta), il concorso *Formaggio d’Autore*, giunto quest’anno alla sua terza edizione. Il concorso premia il miglior formaggio italiano in assoluto. Le prime due edizioni hanno visto trionfare un parmigiano di montagna e un caciocavallo della Basilicata.
- Organizza degustazioni guidate in varie località a livello nazionale.
- Organizza incontri associativi annuli, che quest’anno si terrà in Francia, nell’ambito di convegno internazionale sui formaggi di montagna. Ogni incontro è un’occasione di confronto e dialogo tra diverse culture e diversi formaggi, ma con i medesimi problemi di mercato e conservazione delle tipicità.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE FORMAGGI SOTTO IL CIELO



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

IL CIRCUITO DELLE CITTÀ D'ARTE DELLA PIANURA PADANA



Nato nel 1997 su iniziativa delle amministrazioni comunali delle undici città italiane aderenti, con lo scopo di accentuare l'identità comune delle città aderenti e si pone l'obiettivo di introdurre nel mercato nazionale e internazionale un prodotto nuovo, che ha come punto di forza l'insieme delle più significative risorse turistiche e culturali diffuse in un territorio omogeneo circoscritto in una zona geografica facilmente accessibile.

La rete delle città d'arte della Pianura Padana vuole essere una proposta strutturata e completa di turismo culturale, una etichetta territoriale in grado di orientare il turismo verso itinerari nuovi.

Il network cerca così di offrire un sistema pratico di informazioni che permetta ai turisti di orientarsi su quelle che sono le principali attrattive delle città, i percorsi guidati, i prodotti tipici, gli eventi più importanti che avvengono durante l'anno e di costruire itinerari personalizzati.

Gli associati

Sono undici le città padane aderenti all'iniziativa: Alessandria, Bologna, Brescia, Cremona, Lodi, Mantova, Modena, Pavia, Piacenza, Reggio Emilia, Verona

Attività

- In collaborazione con l'Alpitour proporrà nel suo nuovo catalogo: itinerari e pacchetti turistici incentrati sul Circuito delle Città D'Arte.
- Attraverso il suo sito propone una serie di proposte di soggiorno organizzato secondo vari temi che includono arte, natura, gastronomia ed eventi.
- Ha partecipato alla realizzazione di cinque diverse pubblicazioni che illustrano le principali attrattive naturalistiche, architettoniche e gastronomiche dell'area, prima fra tutte la guida Mondadori, che testimonia il successo e l'efficacia del progetto.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DEL PESCE DI MARE



Costituita ufficialmente a Taranto nel novembre del 1998, ha come scopo la promozione di programmi culturali e divulgativi incentrati sulla storia e le tradizioni della pesca in mare e dell'attività portuale, in modo da valorizzare le città di mare e i loro territori attraverso un prodotto agroalimentare di qualità, quale il pesce di mare, e proposte turistiche inedite le gate al mare.

Obiettivo principale è l'adozione di un marchio unico nazionale che identifichi il pesce fresco di qualità, un marchio che ne garantisca la provenienza e ne certifichi la qualità e salubrità testimoniando la filiera di controlli a cui il prodotto è sottoposto.

Pone al centro della sua attività il recupero delle aree portuali, la salvaguardia ambientale, la tutela e la promozione delle attività della pesca in mare, la valorizzazione del prodotto pesce di mare sui mercati, attraverso incontri, seminari e manifestazioni pubbliche. Grande importanza riveste, in questo senso, anche la elaborazione di progetti da presentare all'unione europea, anche in collaborazione con città di altri paesi, così da accedere ai finanziamenti previsti dai programmi comunitari dedicati alla pesca in mare.

La nascita della rete vuole essere un'opportunità per gli associati che possono in tal modo confrontarsi e scambiare le proprie esperienze al fine di creare un modello comune di sviluppo delle attività di pesca in mare, dalla salvaguardia dell'ecosistema marino allo scambio di esperienze e tecnologie.

Gli associati

L'Associazione nazionale Città del Pesce di Mare è aperta alle adesioni di tutti i Comuni che abbiano un'attività di pesca e portuale.

Raccoglie 20 città (Ancona, Anzio, Barletta, Castellammare di Stabia, Cetraro, Civitavecchia, Gaeta, Licata, Livorno, Mazara del Vallo, Menfi, Molfetta, Rimini, San Benedetto del Tronto, Sciacca, Taranto, Termoli, Torre Annunziata, Torre del Greco, Viareggio) ed altre ancora sono in procinto di aderire.

Attività

- Stimola la diffusione della cultura dell'attività della pesca attraverso: musei e mostre permanenti o temporanee e attraverso la promozione di manifestazioni per favorire la divulgazione di informazione sul consumo del pesce di mare.
- Promuove progetti di sviluppo di collegamenti tra le diverse strutture della pesca delle città socie e persegue progetti finalizzati allo sviluppo del settore, utilizzando risorse finanziarie disponibili a livello regionale, nazionale, europeo.
- Promuove il *Pesce dimenticato*, come slogan unificatore di progetti di carattere generale a sostegno delle specie ittiche meno conosciute e apprezate, che possono, con il tempo e la reiterazione del messaggio, riconquistarsi presso i consumatori spazi oggi indispensabili e nello stesso tempo fungere da alternativa "stagionale" alle poche specie attualmente consumate. Su 550 specie di pesce commestibile, attualmente solo 60 hanno una regolare commercializzazione.
- Organizza il corso di specializzazione per allievi degli istituti alberghieri dedicato alla conoscenza delle produzioni ittiche tipiche di ogni regione italiana dal titolo *Gourmet del mare*. Il progetto varato dall'associazione ha come obiettivo preservare e riproporre lo stretto collegamento fra tipicità e territorio e il grande valore culturale espresso dalla cucina povera della gente di mare.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DEL CASTAGNO



Nasce nel 1999 da un'intesa tra quattro comunità montane (Comunità Montana della Garfagnana, Comunità Montana del Mugello, Comunità Montana Valle del Santerno, Comunità Montana Appennino Modena Est) con lo scopo di: Valorizzare in collaborazione con Enti pubblici e privati e le Associazioni agricole di categoria, i territori interessati, il castagno, i suoi frutti e quanto da essi derivato. Coordinare le singole manifestazioni promozionali e tecniche dedicate al castagno, consentendo la partecipazione, con spazi adeguati, agli Enti associati. Promuovere manifestazioni collettive, degli Enti aderenti, e convegni tecnici per la conoscenza e la valorizzazione delle singole zone. Favorire: l'attività commerciale, anche attraverso la costituzione di strutture commerciali di secondo grado.

Gli associati

Possono far parte dell'Associazione i Comuni singoli o loro Consorzi o Comunità Montane che ne faranno richiesta purché abbiano, contemporaneamente, i seguenti requisiti:

che da almeno 5 anni svolgano manifestazioni promozionali denominate Fiere o Mostre del castagno di dimostrata valenza regionale;

che abbiano territori a produzione castanicola oggettivamente riconosciuti;

che abbiano un adeguato numero di produttori di castagne e marroni.

Ad oggi i soci dell'associazione sono 74, di cui 35 Comunità Montane e 39 comuni.

Attività

- Promozione di un marchio che potrà essere utilizzato dai soci, l'uso e la riproduzione del marchio saranno sottoposti a controllo di legittimità da parte dell'Associazione stessa. L'uso non autorizzato o improprio del marchio sarà perseguito dall'Associazione a termine di legge.
- Realizzazione di un sito internet città del castagno.it con lo scopo di diffondere dati relativi sia all'associazione che ai territori degli Enti Associati.
- Realizzazione di un *Trattato sul Castagno* capace di ordinare la letteratura esistente.
- Costituzione di un GRUPPO TECNICO a disposizione degli enti associati per far conoscere e approfondire i metodi tecnologicamente avanzati per la coltivazione del castagno.
- Proporre ad altri paesi europei a forte valenza culturale la costituzione dell'*Associazione Europea città del Castagno*.

AiCC ASSOCIAZIONE CITTÀ DELLA CERAMICA



Costituita nel 1999, con sede a Faenza, non ha fini di lucro e ha per scopo la creazione di una rete nazionale delle città ove storicamente è venuta a svilupparsi una significativa attività ceramistica.

Costituiscono obiettivi di primaria importanza per l'associazione:

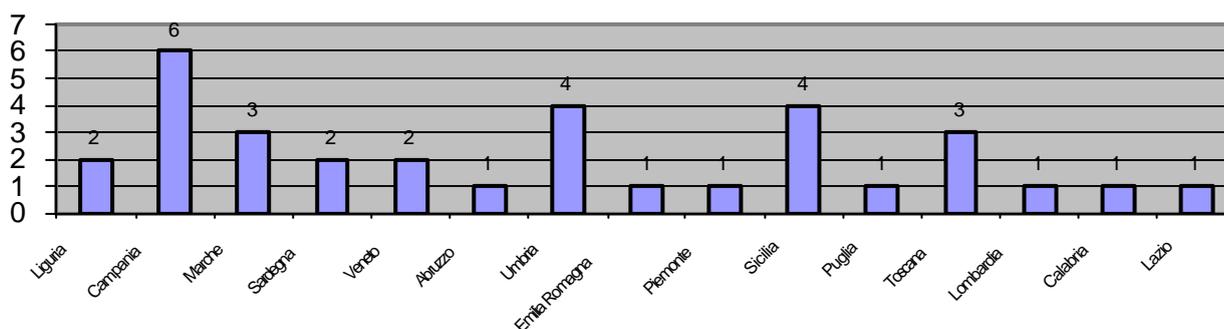
- la valorizzazione della tradizione ceramica e lo sviluppo attuale dei singoli aderenti, al fine di promuoverne una crescita omogenea;
- la cura e la tutela dei documenti afferenti alla tradizione ceramica, da esercitare in collaborazione con le competenti autorità statali, regionali e locali secondo un giusto principio di sussidiarietà;
- il sostegno a istituzioni museali, esposizioni permanenti, centri di ricerca e, più in generale, a tutte le istanze organizzate, soggetti pubblici o privati, che si dedicano alla salvaguardia, studio e conoscenza della tradizione ceramica;
- il sostegno alle manifestazioni che abbiano per scopo la divulgazione e la conoscenza della tradizione ceramica delle comunità facenti parte dell'Associazione;
- il sostegno a mostre ed eventi sulla ceramica contemporanea;
- il sostegno all'opera di divulgazione dei risultati della ricerca storica e storico-artistica sulle tradizioni afferenti ai suddetti centri;
- il sostegno e la valorizzazione delle scuole d'arte e centri professionali dove si insegna l'arte della produzione e restauro della ceramica in ogni suo aspetto. L'Associazione opera attivamente per costruire rapporti di collaborazione con organismi, enti, istituzioni ed altre città operanti a livello europeo ed extraeuropeo che perseguono per il medesimo fine o che, attraverso la loro attività, presentano interesse tanto ai fini della conoscenza della tradizione delle comunità ad essa aderenti, nonché al suo sviluppo verso forme di maggior rilevanza artistica e qualitativa, attivando perciò anche specifici progetti di carattere internazionale.

Gli associati

Possono far parte dell'associazione i Comuni riconosciuti di antica tradizione ceramica. Sono Soci Fondatori i Comuni di antica tradizione ceramica che partecipano all'atto costitutivo.

Chi intende essere ammesso a Socio deve presentare istanza che comprovi la sussistenza dei requisiti.

Le città che hanno aderito all'associazione sono 33, appartenenti a 15 Regioni



Attività

- Realizzazione di un marchio per i suoi soci.
- Realizzazione in collaborazione con il Touring Editore della *Guida delle città della ceramica*. A questa pubblicazione hanno collaborato oltre all'associazione i comuni ceramici. La guida offre una panoramica completa delle città associate.
- Promuove la costituzione di una *Rete dei musei della ceramica*.
- Collabora con l'Ente Ceramica Faenza al concorso nazionale *Il piatto da tavola*, che prevedeva l'esposizione delle opere di tutti i ceramisti operanti: nelle città d'antica tradizione indicate dalla legge 188/90; nei comuni aderenti all'AICC, ed agli studenti iscritti presso gli istituti d'arte italiani e ISIA.
- Ha promosso la prima mostra-mercato interamente dedicata alla ceramica artistica italiana.

ASSOCIAZIONE CITTA' DELLA CERAMICA



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE DELLE CITTÀ D'ARTE E CULTURA – CIDAC



Nasce nel 2000, riunendo numerose città italiane depositarie di grandi giacimenti culturali dove arte e cultura sono la prioritaria vocazione dal punto di vista socio-economico e culturale, allo scopo di offrire una sede di confronto e approfondimento delle problematiche comuni. L'obiettivo è quello di costruire una rete di città in grado di esaltare le possibilità di cooperazione, invenzione, circolazione della cultura, dando rilievo al ruolo che le città svolgono nel gestire un patrimonio straordinario anche al fine di sperimentare forme innovative di gestione.

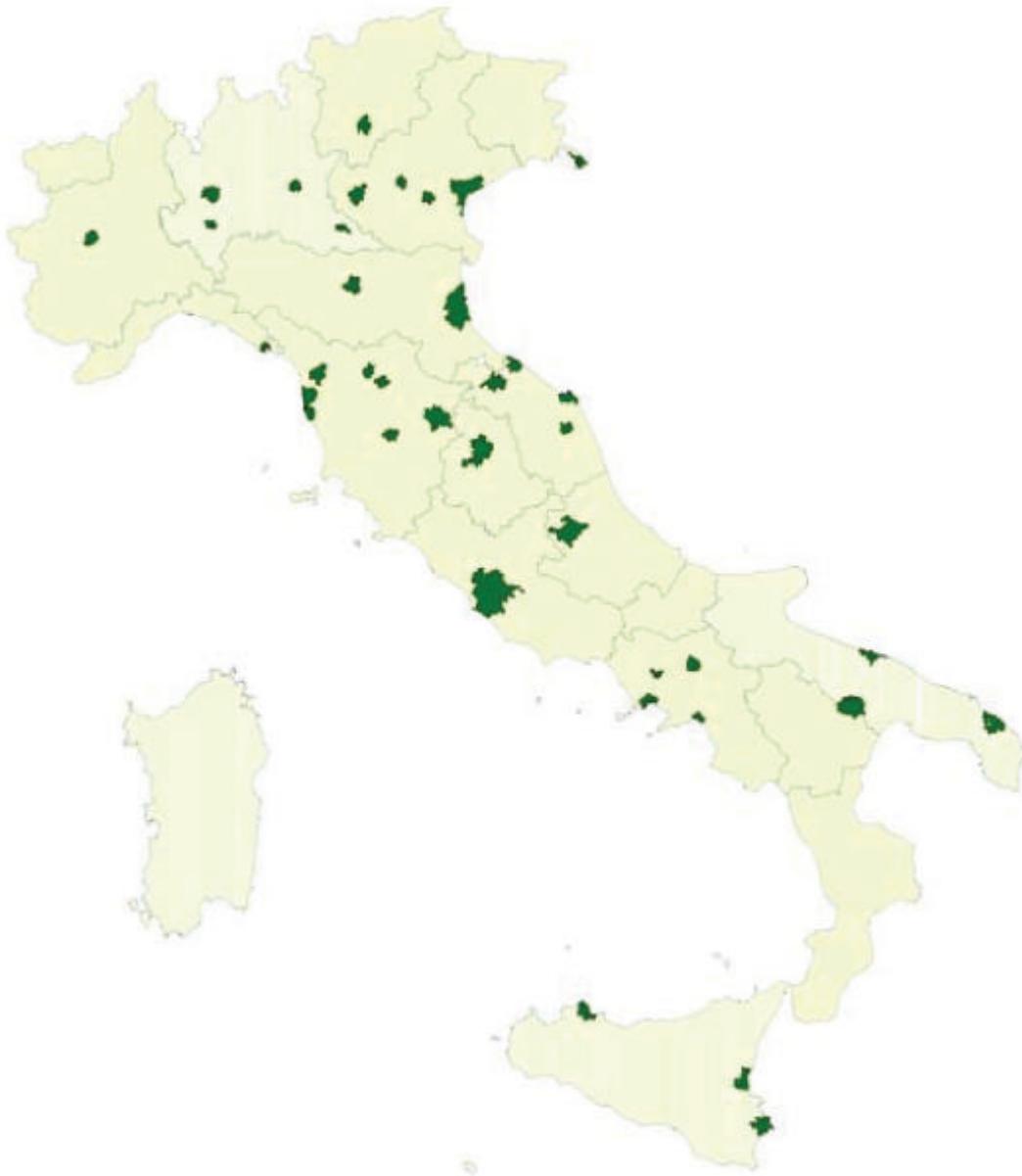
Gli associati

Possono aderire all'Associazione le città che italiane a consolidata vocazione artistica e culturale. L'Associazione comprende 38 città italiane capoluogo di provincia che collaborano e cooperano alle attività comuni.

Attività

- Partecipa ad una serie di progetti tesi a far conoscere nell'insieme l'entità del patrimonio storico-artistico delle città aderenti e a valorizzare l'esperienza di confronto e approfondimento delle questioni comuni.
- Svolge un'intensa attività seminariale e di ricerca ed ha creato un tavolo di lavoro con ANCI e Ministero per i Beni e le Attività Culturali per candidare alcune città socie alla gestione del patrimonio statale, anche attraverso forme di partecipazione pubblico-privato. L'Associazione collabora inoltre con Istituzioni Internazionali per la promozione delle città d'arte e la diffusione della cultura italiana all'estero.
- Collabora con Alpitour per la pubblicazione del Catalogo delle Città d'Arte per avvicinare al turismo culturale un pubblico ampio e valorizzare nuovi canali di promozione. Per ogni città vengono fornite segnalazioni sulle principali attrazioni storico artistiche. Il catalogo è in inglese ed italiano per offrire ai turisti di tutto il mondo un modo diverso di progettare le vacanze.
- Promuove il progetto d'arte contemporanea Gemine Muse a cui hanno partecipato il GAI (Associazione Circuito Giovani Artisti), il DARC e il MUSEO NAZIONALE DELLE ARTI DEL XXI secolo del Ministero per i Beni e le Attività Culturali.

ASSOCIAZIONE DELLE CITTA' D'ARTE E CULTURA



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTA' DELLA TERRA CRUDA



Nasce nel 2000 in occasione della Festa della Terra di Casalincontrada (Ch) e della "Mostra internazionale delle case di terra" tenutasi alcuni mesi dopo a Quartu S. Elena (Ca). Comune ai soggetti fondatori dell'Associazione è l'impegno verso il recupero e il rilancio dell'universo della Terra Cruda, con l'obiettivo di promuovere modelli di pianificazione e gestione dei centri storici, progetti integrati di recupero e riqualificazione, nuove linee di gestione dei beni culturali ed ambientali del territorio; infine di puntare a recuperare i saperi, le tecniche e le arti legati alla terra cruda. riunisce decine di comuni e centri delle province di Chieti, Macerata, Ascoli Piceno e Cagliari, nelle quali sopravvivono ancora le case di terra cruda che un tempo erano le abitazioni ordinarie della povera gente.

Gli associati

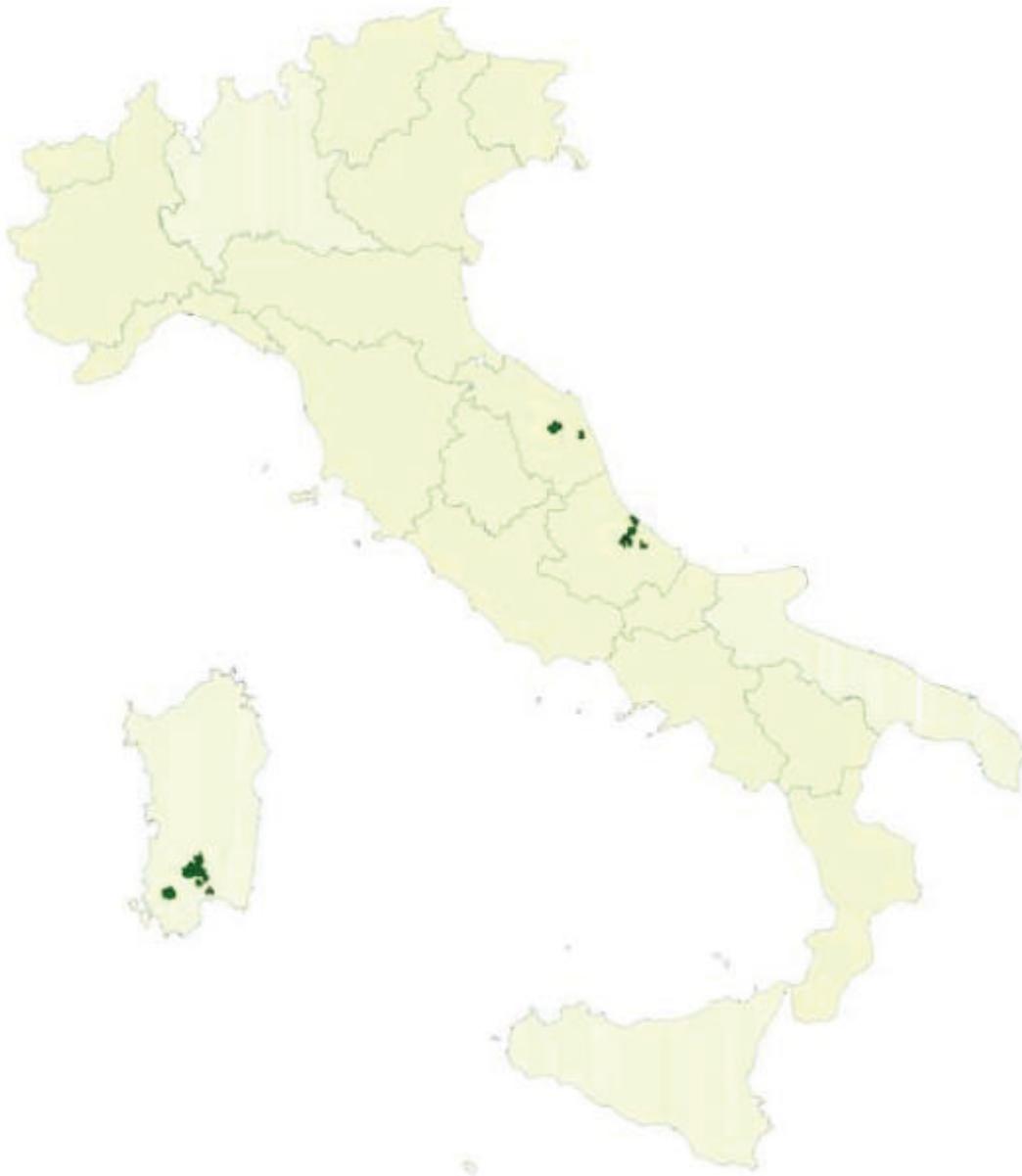
Possono diventare soci effettivi i comuni mentre possono diventare Soci aderenti: Enti Pubblici, Regioni, Province, Camere di Commercio, Università e Scuole di ogni ordine e grado, Associazioni, Fondazioni, Operatori e cultori della Terra Cruda e della Bioedilizia.

Attualmente tra Abruzzo, Sardegna e Marche, i Soci effettivi sono 20 e i Soci sostenitori 2.

Attività

- Adotta un proprio marchio e ne può consentire l'utilizzo e la riproduzione ai soci, su loro richiesta e previo controllo di legittimità dei singoli impieghi. L'associazione si tutela contro gli usi non autorizzati e devianti dal proprio marchio.
- Possiede una newsletter per informarsi su eventi, concorsi, promozioni e notizie.
- Contribuisce a creare le condizioni perché si diffondano la conoscenza e l'apprezzamento dei valori e del ruolo potenziale del modello di vita e di organizzazione sociale ed economica proprio dei Comuni della Terra cruda e dei territori ad essi collegati;
- Promuove ogni iniziativa ed attività utile nella direzione dello sviluppo culturalmente, ecologicamente ed economicamente sostenibile: quale sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di fruire delle risorse del territorio, comprese quelle storiche e culturali, per il soddisfacimento delle proprie necessità, coniugando la qualificazione dei sistemi insediativi con la preservazione dei caratteri del territorio.
- Assume e promuove tutte le iniziative e le attività (anche di ricerca scientifica e di sperimentazione) necessarie ed utili al recupero e alla ripresa delle tradizioni culturali e del patrimonio naturalistico, artistico, storico ed edilizio, a partire da quelle manifatturiere proprie della tradizione locale nonché alla attualizzazione nell'uso del materiale terra cruda ai fini della promozione dello sviluppo sostenibile in campo edilizio;
- Favorisce anche l'integrazione ed il mutuo aiuto tra i Comuni della terra cruda e le rispettive istituzioni, popolazioni e imprese.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTA' DELLA TERRA CRUDA



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE CITTÀ SLOW



Nasce nel 2000 su iniziativa del sindaco di Greve in Chianti. Il movimento ha come scopo quello di promuovere e diffondere la cultura del buon vivere attraverso la ricerca, la sperimentazione, l'applicazione di soluzioni per l'organizzazione della città.

Gli associati

Possono aderire all'Associazione tutte le città italiane e straniere che di norma non abbiano più di 50 mila abitanti e che non siano capoluoghi di provincia o di regione, salvo diverse motivate decisioni degli organi dell'Associazione, nelle quali viene dichiarato il rispetto di almeno il 30% dei requisiti totali previsti dalle schede degli indicatori adottate dall'associazione, e comunque il rispetto di almeno uno dei parametri in ciascuna categoria. Il comitato di coordinamento verifica la documentazione inviata ed effettua quando necessario una visita in loco e, in relazione alla coerenza delle scelte effettuate dalla città con i valori dell'associazione, dà avvio alla procedura di ammissione.

Come è noto nessuna città presenta le medesime caratteristiche urbanistiche ed ambientali quindi non tutti i requisiti sono necessariamente rilevabili ed obbligatori.

I requisiti di riferimento necessari per ottenere la qualificazione sono 50 raggruppati in sei macro categorie:

- Politica Ambientale
- Politica Infrastrutturale
- Tecnologie per Qualità Urbana
- Valorizzazione delle produzioni autoctone
- Ospitalità
- Consapevolezza

I requisiti sono periodicamente discussi sotto il profilo culturale e scientifico con particolare riferimento a:

- iniziative di interesse generale, parametri di valutazione e strutture necessarie a misurarli;
- evoluzione dei requisiti per l'accesso al movimento con i relativi pesi e tempi di adeguamento;
- standard, e obiettivi di miglioramento correlati alla missione ed alle politiche del movimento.
- verifiche periodiche

E' prevista un'attività di verifica del rispetto dei criteri, ogni tre anni in ciascuna città. Con la stessa cadenza e con le stesse modalità il Comitato di coordinamento deciderà sulla permanenza delle Città nella rete.

Attualmente sono certificate 28 città italiane e 10 estere; 14 città sono in via di certificazione e 12 città sono aspiranti.

Le città aderenti sono quelle nelle quali: si attua una politica ambientale tendente a mantenere e sviluppare le caratteristiche del territorio e del tessuto urbano, valorizzando in primo luogo le tecniche del recupero e del riuso; si attua una politica delle infrastrutture che siano funzionali alla valorizzazione del territorio e non alla sua occupazione; si promuove un produzione e l'uso di prodotti alimentari ottenuti con tecniche naturali e compatibili con l'ambiente, con esclusione dei prodotti transgenici, provvedendo, ove necessario, alla istituzione di presidi per la salvaguardia e lo sviluppo delle produzioni tipiche in difficoltà; si salvaguardano le produzioni autoctone che hanno

radici nella cultura e nelle tradizioni e che contribuiscono alla tipicizzazione del territorio, mantenendo i luoghi e i modi, promuovendo occasioni e spazi privilegiati per il contatto diretto tra i consumatori e produttori di qualità: si promuove la qualità della ospitalità come momento di reale collegamento con la comunità e con le sue specificità, rimuovendo gli ostacoli fisici e culturali che possono pregiudicare l'utilizzazione piena e diffusa delle risorse della città; si promuove tra tutti i cittadini, e non solo tra gli operatori, la consapevolezza di vivere in una Città Slow, con una particolare attenzione al mondo dei giovani e della scuola, attraverso l'introduzione sistematica della educazione al gusto.

Attività

- Promozione del marchio cittaslow. L'uso del marchio è rilasciato a tutti i soci che lo possono utilizzare in tutte le iniziative e alle attività, pubbliche e private che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi del movimento secondo le modalità che verranno stabilite con apposito regolamento da parte della Associazione.
- Promuove la realizzazione di un Centro commerciale Naturale. Si tratta di un grande mercato diffuso, grande quanto l'intero centro storico della cittadina, composto dai negozianti che s'impegnano a migliorare l'accoglienza, l'appetibilità dei propri locali e l'accesso.
- Insieme all'Associazione italiana Città Ciclabili (AICC) e la Federazione italiana Amici Della Bicicletta, nell'ambito dell'inaugurazione dell'università delle Scienze Gastronomiche di Pollenzo (CN) e dell'incontro dei sindaci delle cittàslow, ha sottoscritto un'intesa in cui s'impegna a mettere a disposizione i propri strumenti di comunicazione per divulgare tutte le iniziative finalizzate a raggiungere l'obiettivo comune del miglioramento della viabilità, dell'ambiente e della qualità della vita a livello urbano.
- Nell'ambito dell'assemblea tenutasi a Castelnuovo né Monti (RE) il sindaco di Cutigliano (cittàslow) ha chiesto e ottenuto dall'associazione di inserire tra i requisiti determinanti per il rilascio del titolo cittàslow quello del ricorso all'utilizzo di energie alternative, oggetto delle raccomandazioni internazionali espresse nel Protocollo di Kyoto.

ASSOCIAZIONE CITTA' SLOW



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

IL CLUB DE “I BORGHI PIÙ BELLI D’ITALIA”



Assemblea nata nel marzo del 2001, su impulso della Consulta del Turismo dell’Associazione dei Comuni Italiani (ANCI). Questa iniziativa è sorta dall’esigenza di valorizzare il grande patrimonio di storia, arte, cultura, ambiente e tradizioni presenti nei piccoli centri italiani che sono, per la grande parte, emarginati dai flussi dei visitatori e dei turisti. L’obiettivo è quello di creare uno dei più grossi fattori di sviluppo basati sulla certificazione dei Borghi più belli d’Italia che diventeranno competitivi se sapranno garantire vivibilità, tutela del centro storico e cultura dell’ospitalità.

Gli associati

Possono aderire all’Associazione tutti i comuni italiani che presentano determinati requisiti strutturali, oltre a due condizioni preliminari:

1. *la caratteristica di “borgo”, ossia una popolazione inferiore ai duemila abitanti nel centro storico (e ai quindicimila nell’intero comune);*
2. *una notevole qualità urbanistica e architettonica, certificata dalla Soprintendenza alla Belle Arti.*

Il comitato scientifico effettua una preselezione tra i comuni, che possono avanzare la loro candidatura se ritengono di possedere le qualità richieste.

Successivamente il comitato scientifico effettua una perizia in loco che prevede un incontro con il sindaco per la raccolta della documentazione e la verifica della volontà dell’amministrazione di tutelare, valorizzare, promuovere il proprio patrimonio.

Alla fine viene stilato un punteggio.

Se il comune è classificato, il pannello con il logo dei “Borghi più belli” viene apposto agli ingressi del borgo e il marchio può essere utilizzato su tutti i documenti municipali.

Se la perizia dà esito negativo, il comune può richiedere un secondo sopralluogo dopo 18 mesi, il tempo per mettersi in regola con i parametri di qualità indicati dal regolamento.

Ma anche l’aver superato la selezione non è motivo di garanzia per il futuro: la perdita dei presupposti fondamentali o anche solo la diminuzione della loro qualità sarà motivo di esclusione dal Club.

Il comitato scientifico procede infatti biennialmente alla verifica dei comuni ammessi.

Il club ha conosciuto una forte diffusione specialmente nell’ultimo periodo, passando dalle prime 37 adesioni pionieristiche alle quasi 100 di oggi.

Attività

- Certificazione di qualità, rappresentata da un particolare marchio, vuole essere un’opportunità per preservare l’identità dei Comuni aderenti, valorizzarne le ricchezze ed offrirle al visitatore più attento, collegando le realtà delle piccole comunità con le esperienze turistiche più evolute secondo un “turismo di prossimità”, attento alla cultura dei luoghi. Sottolineando la qualità di un borgo, il marchio contribuisce moltissimo alla sua notorietà. I borghi DOC collegati in rete sono infatti destinati a diventare una delle principali destinazioni turistiche dell’Italia.
- Realizzazione di una guida ufficiale dei “Borghi più belli d’Italia”. Presentata a Specchia, in Puglia, è possibile trovarla nei punti d’informazione dei comuni aderenti al club o con il settimanale Panorama. La guida è un importante veicolo di promozione per i piccoli centri italiani che più meritano di essere visitati e frequentati.

ASSOCIAZIONE CITTÀ DEL MIELE



Istituita a Castel San Pietro Terme, nel 2002, al fine di operare in collaborazione con i produttori, le associazioni e con gli enti e organismi competenti per la promozione e la tutela della qualità dei mieli italiani e la tutela delle risorse ambientali, paesaggistiche, artistiche storiche legate ai territori con particolare vocazione verso l'apicoltura.

Gli obiettivi dell'associazione sono:

- Promuovere la diffusione dei valori di qualità legati all'apicoltura, nella sua tradizione, cultura e ambiente;
- Svolgere azioni e interventi di stimolo e incentivazione a favore della qualità produttiva dei mieli italiani, in riferimento anche alle normative qualitative legate alla denominazione o alle specificità dei mieli regionali, con particolare riferimento al miele vergine integrale;
- Stimolare iniziative di promozione legate alle diverse e specifiche tipologie produttive che caratterizzano la qualità dei mieli italiani;
- Promuovere manifestazioni collettive per favorire lo scambio di esperienze e la reciproca conoscenza tra produttori e visitatori delle Città del Miele;
- Operare per creare basi di collaborazione con altre associazioni europee, al fine di attivare progetti concreti di valorizzazione e promozione a favore dei mieli a livello transnazionale.

Gli associati

Possono aderire all'Associazione tutti i Comuni, le Province, le Comunità Montane e gli organismi turistici impegnati a promuovere la qualità dei mieli italiani e l'attività di apicoltura connessa ai suoi valori di carattere ambientale, storico, di tradizione, culturale, alimentare e gastronomico.

Attualmente in Italia hanno aderito 22 comuni e 2 Comunità montane: Arbus, Bagno di Romagna, Brà, Castel S.Pierro Terme, Foligno, Ghemme, Guspini, Lavarone, Lazise del Garda, Matelica, Montà, Montalcino, Monteu Roero, Montezemolo, Né, Ostra, Ripacandida, Tornareccio, San Ferdinando, Sant'Alfio, Sortino, Zafferana Etnea e le Comunità Montane Valli Mongia, Cevetta e Langa Cubana e Valle Ossola.

Attività

- Prevede l'utilizzo di un marchio identificativo.
- Organizza il forum delle associazioni Apistiche italiane
- Promuove il progetto dell'Università del miele.

ASSOCIAZIONE CITTA' DEL MIELE



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE CITTÀ DEL PANE



Nasce nel 2002 con l'obiettivo di promuovere il riconoscimento e la valorizzazione dei pani e di tipologie specifiche di pane legate a determinati territori; opera in collaborazione con i panificatori e con gli enti pubblici e strumentali competenti, per la maggior tutela della qualità del pane e delle risorse storico e culturali ad esso legate.

Gli associati

Potranno entrare a far parte dell'Associazione tutti i Comuni che abbiano una radicata e documentata tradizione panificatoria connessa a valori di carattere culturale, storico, ambientale. Per l'ammissione all'Associazione è necessario che il Comune aspirante dimostri di soddisfare almeno uno dei seguenti requisiti:

- rinomanza del pane, attestata da documentazione storica o dall'inserimento nell'elenco dei prodotti tradizionali delle regioni di cui alle Gazzette Ufficiali n. 161 del 13 Luglio 2001 e n. 194 del 21 Agosto 2000 e successive modifiche ed integrazioni;
- tipicità, evidenziata da un legame documentato con una determinata origine geografica o con la tradizionalità del processo produttivo utilizzato;
- esistenza di una forma di riconoscimento di tipo europeo (DOP, IGP), ovvero nazionale, regionale o sotto forma di marchio collettivo, sulla base di un disciplinare ufficialmente riconosciuto;
- chiara e documentata attività del Comune in termini di promozione, valorizzazione, tutela e diffusione della cultura e della tradizione del pane.

Attualmente hanno aderito all'associazione 34 comuni in 14 Regioni

Attività

- Promuove un marchio identificativo, scelto di comune accordo tra tutte le città associate. Esso ha connotato ogni iniziativa dell'Associazione ed è stato tutelato e regolamentato.
- Nel Organizza giornate dedicate alla riscoperta delle antiche tradizioni dell'Arte Bianca e durante le quali sono state offerte molte occasioni per una ricognizione nella cultura più antica e per sincerarsi della qualità della panificazione.
- Nell'ambito della rassegna nazionale "Il pane, i suoi luoghi , le sue città" ha promosso il marketing territoriale delle città del pane.

ASSOCIAZIONE CITTA' DEL PANE



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

■

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DELLE CILIEGIE



Costituitasi nel giugno del 2003 con lo scopo di promuovere le attività volte alla valorizzazione della cerasicoltura italiana considerata un comparto dell'economia agricola in grado di catalizzare il turismo culturale, enogastronomico e di aumentare la coesione sociale delle comunità locali che in questa pianta ritrovano anche le loro radici storiche. L'associazione, vuole far riscoprire al grande pubblico il grande panorama varietale del frutto, operare per la tutela e conoscenza della cerasicoltura e delle risorse ambientali, paesaggistiche, artistiche e storiche dei territori a particolare vocazione cerasicola. Propone di coordinare manifestazioni di carattere promozionale e tecnico riguardanti le ciliegie e la loro produzione e di favorire la promozione e la conoscenza delle zone italiane produttrici di ciliegie mediante la divulgazione di carte turistiche, guide e sussidi didattici e la realizzazione di campagne nazionali di informazione. Altro obiettivo fondamentale è quello di operare per l'individuazione, il riconoscimento e la promozione di marchi di origine protetta, favorire la ricerca e promuovere convegni. La rete rappresenta inoltre un'opportunità per lo scambio di esperienze e le buone prassi di produzione, trasformazione, commercializzazione e valorizzazione del prodotto tra i comuni aderenti e con le zone cerasicole europee.

Gli associati

Possono aderire all'Associazione i comuni con particolare vocazione cerasicola che ne fanno richiesta.

Attualmente l'associazione conta 19 comuni associati in 10 diverse regioni, entrati nell'Associazione come soci fondatori, tra cui trova spazio anche Marostica, che dà il nome all'unica Indicazione Geografica Protetta concernente le ciliegie finora approvata: "Ciliegia di Marostica".

Attività

A giugno presso il Palazzo del Gusto-complesso di S.Giovanni si è tenuta la "Repubblica delle Ciliegie", degustazione-assaggio di varietà di ciliegie e di prodotti derivati. La manifestazione ha costituito il gustoso aperitivo della "Festa delle Ciliegie" con la premiazione della Ciliegia d'Italia.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTA' DELLE CILIEGIE



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

ASSOCIAZIONE CITTÀ DEL BIO– ASSOCIAZIONE PER LO SVILUPPO DELLA “CULTURA DEL BIO”



Nata nel maggio del 2003 con lo scopo di valorizzare le esperienze già assunte dalle amministrazioni locali e sviluppare ulteriori progetti su importanti aspetti come la ristorazione biologica, la promozione e lo sviluppo delle produzioni biologiche, l'informazione e l'orientamento dei cittadini verso un consumo etico e consapevole, la promozione di uno sviluppo ecosostenibile, l'impiego di tecniche e di prodotti ecocompatibili sia nei settori produttivi che nel terziario, la qualità della vita nelle città.

In questo senso il biologico è inteso non esclusivamente come settore produttivo ma come percorso culturale, di conoscenza e di informazione a favore sia della qualità del cibo che della qualità dell'ambiente.

Secondo dati AIAB, la continua crescita del consumo di alimenti da agricoltura biologica pone le basi per la nascita di un nuovo mercato, con regole produttive nuove e da affrontare in modo non convenzionale. Il bio si sta dimostrando capace di contribuire alla valorizzazione delle produzioni tipiche e locali e alla promozione del contesto ambientale in cui queste avvengono, attraendo in tal modo un tipo di turismo enogastronomico.

Gli associati

L'adesione è aperta a tutte le amministrazioni locali che già hanno investito in politiche a favore del biologico ma anche a quelle che sono intenzionate a farlo.

Sono inoltre ammessi come soci straordinari le Province, le Comunità Montane, le Unioni Comunali, i Circondari e gli Enti simili e gli Enti Parco.

I comuni intenzionati ad aderire all'Associazione devono impegnarsi:

- a recepire nello statuto comunale come valori fondamentali la cultura del biologico, intesa come scelta di sviluppo sostenibile legato alle risorse e alla tradizione del territorio, la tutela del paesaggio e dell'ambiente, le produzioni biologiche e tipiche, la cultura dell'ospitalità, la qualità della vita, l'educazione e l'informazione alimentare dei cittadini;
- a contrastare e disincentivare l'introduzione di materiale geneticamente modificato nelle pratiche agricole e zootecniche, nonché nei processi di trasformazione alimentare;
- a favorire la produzione e l'utilizzo di prodotti biologici, tipici locali e artigianali anche con l'applicazione delle Denominazioni Comunali;
- a favorire l'inserimento nei programmi scolastici di competenza corsi educazione al gusto tutelando i diritti degli alunni ad una corretta alimentazione ed alla conoscenza delle tradizioni locali.

All'Associazione hanno aderito 11 Enti, tra cui 9 comuni, la provincia di Torino e l'AIAB, l'Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica.

Attività

- Il comune di Foligno(città del Bio) porta avanti da quattro anni il progetto "Ecomensa".Le cucine servono 1500 pasti giornalieri. Il comune è attento a tutti gli aspetti della qualità,dalla certificazione igienica HACCP alla riduzione degli sprechi dei rifiuti plastici.Nell'ecomensa si

usano prodotti ortofrutticoli a seconda della stagionalità e disponibilità dei prodotti biologici. Il progetto comprende la gestione diretta e la formazione professionale dei cuochi.

- L'assessore alle politiche Ambientali ed Agricole del comune di Roma (città del Bio) si è impegnato affinché nelle scuole romane venissero serviti quotidianamente 150.000 pasti BIO. L'amministrazione capitolina sta investendo molto sull'agricoltura biologica. Le aziende agricole di proprietà del comune stanno completando la fase di conversione ai metodi di coltivazione e allevamento biologici. Un esempio ne è la manifestazione MERCATINO BIOLOGICO DI PRIMAVERA.
- Ha partecipato alla BIODOMENICA (5-10-03) insieme a Col diretti in cui centinaia di migliaia di persone hanno preso posto a tavola in compagnia delle tradizioni agricole e culinarie nostrane, assaporando prodotti di qualità e ben al riparo da OGM.

RES TIPICA



E' un progetto di marketing territoriale, presentato nel febbraio del 2004 dal Dipartimento "Attività produttive" dell'A.N.C.I., affiancata da Assocamerestero, Coldiretti e F.I.P.E. (inoltre l'Istituto per il Commercio con l'Estero svolge un ruolo istituzionale nel favorire l'attrazione degli investimenti sul territorio italiano) ed è indirizzato a tutti quei comuni che intendono valorizzare le proprie produzioni tipiche territoriali. Lo scopo principale del progetto è quello di promuovere e valorizzare, in un circuito turistico di qualità, le produzioni territoriali dei Comuni aderenti intese principalmente come beni culturali. L'enfasi è posta sulla tutela delle identità culturali dei territori, custodite nella memoria delle persone, nei mestieri e negli usi tradizionali che sono alla base delle produzioni territoriali tipiche.

Gli associati

Al progetto hanno già aderito 14 città d'identità. Molti comuni, non solo piccoli, hanno già aderito o hanno manifestato l'intenzione di aderire al progetto per qualificare non solo le proprie produzioni ma anche eventi tipici particolari.

Un gruppo di ricercatori specializzati ha il compito di intraprendere, nei comuni interessati al progetto, ricerche e studi integrati che, attraverso la tutela e la valorizzazione della memoria, dei mestieri tradizionali, dei ricordi e dei racconti degli anziani e degli operatori delle piccole realtà locali, supporti con successo il progetto.

- Il lavoro viene svolto in due fasi:
- una prima fase di ricerca storica e documentaria, finalizzata alla "contestualizzazione storico-sociale" (studio del territorio e delle sue tradizioni popolari) che sfocia nella elaborazione di un questionario e nella individuazione dei testimoni da intervistare, tra cui esperti riconosciuti nel campo enogastronomico.
- nella seconda fase, verranno realizzate le interviste in forma video. Il materiale raccolto sarà poi elaborato per la preparazione di un video-documentario, di una mostra fotografica, di un cd-rom e di una pubblicazione contenente le interviste trascritte, le fotografie raccolte e recuperate, le interviste con esperti e ricercatori.
- Il progetto garantisce visibilità ai prodotti tipici locali attraverso la creazione di una "vetrina" telematica che permette il commercio elettronico e comprende anche la storia, la località di produzione e le caratteristiche del prodotto stesso

Attività

- Offre servizi alle imprese e ai comuni, oltre alle attività convegnistiche e di ricerca, che aderiscono al progetto sono principalmente di natura divulgativa e informativa e comprendono pubblicazioni, diffusione di materiale su internet attraverso la creazione di un sito ad hoc ed elaborazione di guide regionali, nazionali ed internazionali di ristoranti a marchio "RES TIPICA". Particolare attenzione merita l'iniziativa di creare un collegamento distributivo e pubblicitario tra le piccole aziende agricole locali e la ristorazione locale, al fine di incentivare la filiera produttiva e dar vita a un vero e proprio circolo virtuoso della qualità.
- Promuove un marchio registrato dall'A.N.C.I. in trentadue Paesi del mondo rappresentanti quattro continenti (Europa, America, Asia ed Oceania); i comuni certificati sono autorizzati ad usare denominazione e relativo marchio figurativo. L'iniziativa cerca di realizzare un marchio più rispondente alla necessità di sostenere lo sviluppo delle produzioni tipiche, adottando percorsi diversi da quelli richiesti per l'ottenimento di un marchio di certificazione comunitario;

infatti il logo del marchio identifica e valorizza un determinato territorio geografico, estendendo il suo significato dal singolo prodotto al suo contesto territoriale e culturale di riferimento. Ai rigorosi requisiti tecnici necessari all'ottenimento di un marchio di certificazione comunitaria l'A.N.C.I. contrappone il concetto di "tracciabilità dell'esperienza", ossia, la narrazione del territorio, di esperienze passate e presenti fondate su valori propri del luogo stesso.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DELLA NOCCIOLA



Costituita a Giffoni Sei Casali il 30 aprile 2004 allo scopo di intraprendere progetti di tutela della nocciola attraverso politiche di sviluppo eco-compatibile della coltura, difesa delle tipicità, dell'autenticità e della qualità del frutto in tutte le sue diversità presenti sul territorio nazionale.

Si propone di affrontare piani di marketing e di divulgazione delle conoscenze legate al frutto, perché ciò costituisca una valorizzazione delle risorse naturali ed economiche interessate a questa coltivazione.

L'Associazione mira a diventare un'opportunità per l'emancipazione del turismo enogastronomico e naturale laddove non esiste ancora un'utenza pronta a rispondere ad esigenze specifiche dei visitatori ed operatori del sistema.

In tal senso la creazione di una rete significa anche offrire opportunità lavorative che possono scaturire dalla crescita del circuito stesso, valorizzare le potenzialità economiche dei paesi e favorire la ricerca. L'Associazione aderisce al progetto di marketing territoriale Res Tipica dell'Ance, cercando di mantenere il giusto equilibrio tra sovrastrutture globali e identità locali.

Gli associati

Possono fare parte dell'Associazione i Comuni singoli che ne faranno richiesta purché abbiano estesi territori a produzione di nocciola con un adeguato numero di produttori.

All'Associazione possono legarsi anche quei comuni che conservano la storia, la tradizione o la cultura del frutto.

Fanno parte dell'Associazione i paesi e le città produttrici di nocciole le cui comunità sono dedite alla coltivazione, alla lavorazione o alla commercializzazione del prodotto con denominazione di origine.

I comuni che hanno aderito al 30 aprile 2004 sono 12 rappresentativi del Piemonte, della Campania, del Lazio, tre delle regioni maggiormente attive nella produzione nazionale delle nocciole.

Attività

- Nel cassetto dell'associazione l'ambizione di riagganciare al territorio la nocciola per realizzare nelle aree di produzione impianti di trasformazione ed offrire nuove opportunità occupazionali e di sviluppo locale.
- E' allo studio dell'associazione un modello imprenditoriale adeguato al contesto della provincia di Salerno con una delle prime importanti sperimentazioni. Si aprono progetti di studio e formazione perché produttori ed artigiani recuperino la tradizione della nocciola che dovrà diventare il percorso gastronomico per eccellenza degli appassionati dei viaggi del gusto. Dal settore dolciario alla lavorazione del legno, dalla ristorazione all'educazione ambientale con itinerari naturali tra i nocciolieti, dalla ricostruzione della storia dei vecchi lavoratori e raccoglitori di nocciole a mostre tematiche, progetti di comunicazione nelle scuole e pianificazione di un esteso budget culturale che investa il rapporto tra la nocciola e il mondo dell'infanzia e degli adulti.
- E' già attivo il sito internet divenuto vetrina e forum di questa tipicità a cui centinaia di comuni vogliono legare la propria immagine di sviluppo, in un'epoca in cui forte è la ricerca di qualità della vita così come il radicamento territoriale e il desiderio di trovare un'alternativa al feticcio della modernità e della globalizzazione. L'associazione risponde al desiderio di riscoprire ciò che era stato rimosso dalla frettolosa urbanizzazione.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTA' DELLA NOCCIOLA



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

LE CINQUE VELE LA GUIDA BLU DI LEGAMBIENTE E DEL TOURING CLUB ITALIANO



Può considerarsi il rapporto più completo sulla qualità ambientale e sui servizi turistici delle località costiere italiane. Oltre trecento spiagge, selezionate a cura di Legambiente fra le più belle della nostra penisola con le indicazioni pratiche per raggiungerle, ben 100 punti di immersione, le offerte del pescaturismo, un'intera sezione dedicata alle aree marine protette, e poi le informazioni storico-culturali su 240 località costiere italiane, questo in sintesi il contenuto della Guida Blu. A ogni località inoltre Legambiente ha provveduto ad assegnare un punteggio sintetizzato nelle famose vele, a partire dalle cinque vele per le dieci località che meglio delle altre riescono a coniugare un'offerta turistica di qualità con un paesaggio ed un ambiente di particolare pregio.

In tre anni la Guida Blu si è affermata solidamente nel panorama editoriale ed è diventata l'appuntamento più atteso per quanti pretendono un'informazione seria sullo stato di salute delle coste italiane e su un'offerta turistica di qualità ed ecocompatibile.

Come si legge la guida Blu

Dei 483 comuni definiti "centri balneari" dal Touring Club, Legambiente, insieme ai suoi circoli locali, ne ha selezionati 240. Sono quelli che presentano un'offerta turistica di qualità ed un buono stato di conservazione dell'ambiente marino e costiero. E' bene specificare che tutte le località prese in considerazione hanno totalizzato un punteggio superiore alla sufficienza: come dire che ognuna delle località presenti nella Guida Blu merita di essere scelta come meta per una vacanza più o meno breve, per una gita durante il fine settimana o almeno per una visita di passaggio. Su ognuno di questi Comuni sono stati raccolti dati sulle caratteristiche ambientali e ricettive, integrati con le valutazioni espresse dai circoli di Legambiente e dall'equipaggio della Goletta Verde, la storica campagna di Legambiente che da 16 anni tutte le estati passa al microscopio il mare italiano. Il giudizio attribuito a ciascuna località, dalle 5 vele assegnate alle dieci migliori fino ad 1 vela, è dunque il frutto di valutazioni ricche ed approfondite. Grosso modo i parametri presi in esame possono essere suddivisi in due categorie: la qualità dei servizi ricettivi e la qualità ambientale del territorio del Comune. Così, vi sono certamente località naturalisticamente più significative delle dieci premiate con le 5 vele, ma che non offrono servizi turistici di eccellenza. Come ve ne sono con strutture ricettive impeccabili dove, però, il territorio marino e costiero è stato più o meno gravemente compromesso. Complessivamente gli indicatori considerati sono 128, provenienti dalle banche dati di Istat, Ancitel, Sist, Cerved, Ministero della Sanità, Enit, Touring Club, Enel, Istituto Ambiente Italia e naturalmente da Legambiente. I 128 indicatori sono stati raggruppati nelle seguenti 13 classi:

Paesaggio Naturale, Paesaggio Costiero, Paesaggio Urbano, Qualità del costruito, Vivibilità, Pressione turistica, Servizi Turistici, Mobilità, Ciclo dei rifiuti, Ciclo delle acque, Mare e spiaggia, Oltre il mare (Percorsi culturali e/o naturalistici, ecoturismo, presenza di siti archeologici, prodotti tipici e di qualità, gastronomia, ecc.), Servizi per disabili, Sub (Qualità dei fondali, ricchezza ittica e faunistica in genere, siti archeologici sommersi, presenza di relitti, presenza di diving e scuole sub, ecc.), Sostenibilità (Iniziative ambientali pubbliche o private, convegno dedicata all'ambiente, attività di risparmio energetico, iniziative di destagionalizzazione, ecc.).

Periodicità

La pubblicazione della Guida Blu è annuale. I comuni che entrano a far parte della Guida Blu possono fregiarsi del simbolo delle vele per un anno.

Dati

I comuni che hanno ottenuto le vele della “Guida Blu” sono 250 (a cui si aggiungono 23 comuni della penisola istriana e della Corsica), dislocati nelle 15 regioni costiere di cui 10 con 5 vele, 40 con 4 vele, 80 con 3 vele, 75 con 2 vele e il restante con 1 vela.

Le 10 località che sono state premiate quest’anno con il maggiore riconoscimento, quindi con le 5 vele sono, in ordine di classifica:

Otranto (LE), Cinque Terre (SP), Castiglione della Pescaia (GR) Bosa (NU), Arzachena (SS), Tropea (VV), Pollica Acciaroli e Pioppi (SA), Arbus (CA) Lampedusa e Linosa (AG) Orosei (NU).

LE CINQUE VELE



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

BANDIERE ARANCIONI
MARCHIO DI QUALITÀ TURISTICO AMBIENTALE PER L'ENTROTERRA



Bandiere Arancioni è un nuovo marchio di qualità per la valorizzazione turistica dell'entroterra promosso dal Touring Club Italiano. Da un punto di vista complessivo il progetto intende confermare un percorso volto all'integrazione fra il sistema turistico costiero e quello dell'entroterra. Valorizzando queste località si propone ai turisti un'offerta aggiuntiva capace di soddisfare anche interessi di nicchia evidenziando luoghi (e tempi) nuovi o ancora poco sfruttati.

Marchio

I comuni che vorranno candidarsi all'assegnazione del marchio "Bandiere Arancioni" dovranno farne richiesta all'ente certificatore fornendo anche una serie di dati utili ai fini di una pre-selezione. Saranno oggetto di valutazione alcuni indicatori generali (localizzazione, dimensione del Comune, turisticità attuale e potenziale, assenza di elementi di impatto ambientale ecc.) certificati dall'amministrazione locale o ricavati da repertori. Nei comuni che avranno superato la pre-selezione sarà effettuata una valutazione in loco da parte di verificatori. I parametri di valutazione sono costituiti da 5 macroaree relative agli aspetti più rilevanti dell'offerta complessiva di una località. Le macroaree sono:

Accoglienza (informazioni e segnaletica; accessibilità e trasporti)

Ricettività e servizi (servizi ricettivi; servizi complementari)

Fattori di attrazione turistica (attrattività ambientale, storico-culturale e sociale)

Qualità ambientale (verde, acqua, aria, energia, rumore, rifiuti, educazione ambientale)

Valutazione qualitativa (arredo urbano, ospitalità e cordialità, atmosfera e tradizioni, offerta enogastronomia)

L'intero processo di auditing del marchio è basato su questi criteri, dai quali scaturirà l'attribuzione di un punteggio finale. L'intero processo di auditing del marchio è basato su questi criteri, dai quali scaturirà l'attribuzione di un punteggio finale. I Comuni che avranno raggiunto il punteggio richiesto in ogni area d'analisi potranno ottenere la Bandiera Arancione.

Quei Comuni invece che non avranno ottenuto un punteggio sufficiente al termine del processo di valutazione sul campo, potranno comunque adeguarsi agli standard richiesti per l'assegnazione del marchio di qualità. Amministrazioni locali e verificatori potranno concordare infatti un breve "piano di miglioramento", strumento operativo per avviare le azioni necessarie al raggiungimento degli standard per l'assegnazione della Bandiera Arancione.

Durata del marchio

Il marchio è temporaneo, ha una durata di 2 anni, ed è subordinato al mantenimento dei requisiti accertati al momento del processo di valutazione.

Dati

I comuni che hanno ottenuto "Bandiera Arancione" sono 56 dislocati in 11 regioni.

BANDIERE ARANIONI



Fonte LEGAMBIENTE - elaborazione grafica SERICO

PRESIDI SLOWFOOD



I Presidi Slow Food sono punti di riferimento organizzati per la sperimentazione, la divulgazione, la produzione, la promozione dei prodotti agroalimentari di qualità, prodotti a rischio di estinzione, ma ancora vivi.

Ambiti di validità

I presidi Slowfood sono presenti su tutto il territorio nazionale (se ne contano 167) ma anche a livello mondiale (19).

Categoria

I Presidi Slow Food sono gli strumenti organizzativi studiati per tutelare prodotti agroalimentari di qualità, valorizzare i prodotti artigianali di qualità con campagne promozionali adeguate al potenziale mercato del prodotto stesso, operare per la salvaguardia di un territorio, un paesaggio rurale, un ecosistema, con l'obiettivo di valorizzare l'unicità dei suoi prodotti.

I presidi Slow Food operano in modi diversificati: di volta in volta possono attivarsi per reperire le risorse necessarie all'acquisto e alla fornitura di attrezzature, stimolare la creazione di piccole aziende pilota, promuovere nuove sperimentazioni, incentivare la produzione e individuare nuovi canali per la commercializzazione dei prodotti di qualità: dalla creazione di micromercati (fiere, offerte ai soci, coinvolgimento di osterie e ristoranti, commercio elettronico) a progetti di marketing e di comunicazione. Possono inoltre essere occasione di nuova occupazione grazie al recupero di antichi mestieri o alla creazione di nuove professionalità in grado di gestire le risorse del territorio.

I prodotti da inserire in un presidio devono rispondere a cinque criteri: devono essere di qualità particolare, cioè eccellenti dal punto di vista organolettico; sono specie, varietà, ecotipi vegetali e popolazioni animali autoctoni o bene acclimatati nel medio lungo periodo in un territorio specifico; il rapporto con il territorio deve essere comprovato; devono essere realizzati in quantità limitata, da aziende agricole o di trasformazione di piccole dimensioni; devono essere a rischio di estinzione, reale o potenziale.

Richiedenti

Soggetti produttori oppure istituzioni.

Criteri per la nascita di un presidio

Si cercano i produttori, e li si riunisce, coinvolgendo anche tecnici, istituzioni, chiunque sia interessato al progetto di realizzazione del presidio.

Si identifica l'area di produzione e si raccolgono tutte le informazioni necessarie alla stesura di un disciplinare di produzione, strumento fondamentale per garantire la completa tracciabilità, l'artigianalità, la tradizionalità e l'alta qualità del prodotto.

Si aiutano i produttori a creare un'associazione che li rappresenti (cooperativa, consorzio ecc.) con un nome e un marchio comune.

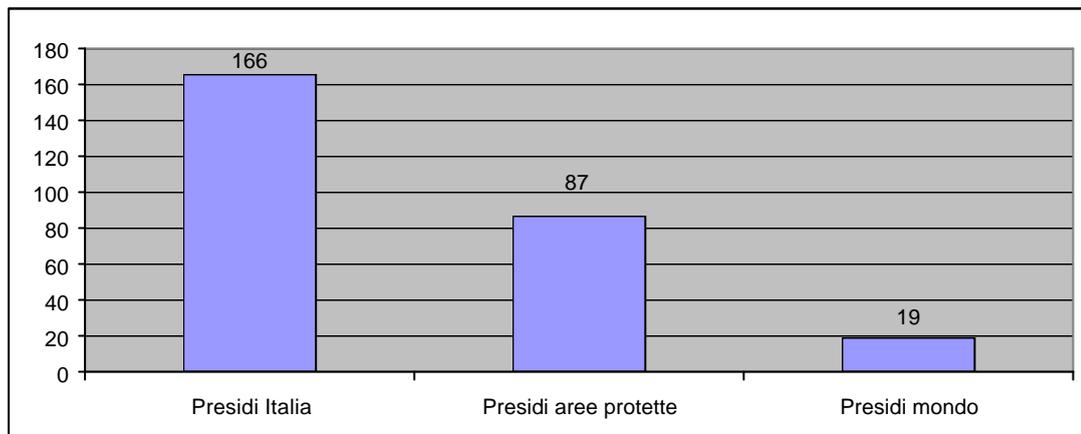
L'ingresso del prodotto nel sistema dei Presidi avviene mediante convenzione e consentirà la sua segnalazione a tutto il mondo degli operatori che fanno riferimento a Slow Food (enoteche, osterie, selezionatori italiani e stranieri).

Durata

A seconda della convenzione stipulata.

Chi lo rilascia

I Presidi sono riconosciuti da Slowfood



Elaborazione Legambiente su fonte Slow Food (luglio 2004)

COMPAGNIA DEI PARCHI



È un'idea sviluppata nell'ambito dei progetti europei studiati per conservare e valorizzare il patrimonio ambientale a fini turistici, nata grazie all'apporto essenziale della Federazione Italiana dei Parchi e delle Riserve Naturali e di Legambiente. Lo scopo è quello di recuperare e sviluppare la ricettività diffusa, affiancando queste soluzioni di soggiorno a quelle offerte dalla ricettività classica alberghiera ed extra alberghiera.

Associati

È una società senza scopo di lucro e ha fra i maggiori partner Federparchi e Legambiente; organizza l'ospitalità nelle aree protette italiane utilizzando e mettendo in rete strutture ricettive non convenzionali come casali, masserie, malghe, case in centri storici, castelli, rocche, rifugi e baite.

Attività

È la prima esperienza di rete del grande progetto APE, Appennino Parco d'Europa, e per questo, oltre a promuovere il turismo nelle zone tutelate, punta a conciliare meglio le esigenze dei turisti con le possibilità di vacanza offerte dal sistema delle aree protette italiane.

Propone vacanze di qualità organizzando un'offerta turistica di ricettività caratteristica e di qualità, individuata e raccolta da una propria rete territoriale. La rete, in collaborazione con gli Enti Parco, seleziona sia i servizi ricettivi che quelli complementari e di accoglienza turistica, per migliorare costantemente la qualità delle proposte di soggiorno nelle aree protette italiane e per garantire l'aderenza di quanto proposto sul catalogo all'offerta reale.

È un'iniziativa che risponde con efficacia al bisogno emergente del turismo più qualificato di entrare in contatto con i contesti originari delle aree protette, rispettando e valorizzando lo straordinario patrimonio delle piccole realtà locali. Vacanze al mare, in montagna, al lago, in campagna, in collina: tantissime le offerte, per un ventaglio di soluzioni incredibilmente vario e affascinante. Le aree protette italiane sono infatti luoghi di straordinaria bellezza, ma anche di elevato valore storico-artistico; le nostre proposte sono studiate per un soggiorno che vi farà scoprire i piccoli centri, custodi dei grandi tesori della cultura e della tradizione.

Ci sono soggiorni di ogni genere, da quelli pensati per i viaggiatori dinamici a quelli per i turisti contemplativi, perché le aree protette italiane possiedono strutture in grado di accontentare i cultori dello sport estremo, così come gli appassionati del trekking, non dimenticando gli amanti degli sport d'acqua.

Il primo catalogo di Compagnia dei Parchi è stato un assaggio di proposte di soggiorno nelle aree protette italiane. Le strutture, tutte attentamente selezionate, sono spesso di alto valore storico, culturale, ambientale; alcune sono particolarmente attente alla sostenibilità e quindi anche certificate rispetto a tale tematica.

L'offerta di Compagnia dei Parchi è stata ampliata con nuovi cataloghi specifici, che oltre a proporre la vacanza nelle aree protette italiane, presenteranno percorsi a tema sull'enogastronomia, sulla cultura, sull'educazione ambientale, attraverso soluzioni che prevedano pacchetti preconfezionati così come la semplice offerta di ricettività.

LA FEDERAZIONE ITALIANA DEI PARCHI E DELLE RISERVE NATURALI



La Federazione Italiana dei Parchi e delle Riserve Naturali (Federparchi) nata nel 1989 come Coordinamento dei parchi regionali, rappresenta una originale esperienza di associazione di organismi di gestione di aree naturali protette, che vogliono lavorare insieme per realizzare al meglio la loro missione di conservazione della natura.

Il suo scopo principale è quello di promuovere la creazione del sistema nazionale delle aree protette e per questo opera, d'intesa con le Istituzioni pubbliche nazionali, regionali e locali e con tutte le associazioni e gli organismi che agiscono nel campo della tutela e della valorizzazione dell'ambiente naturale.

Con la propria attività rappresenta gli enti gestori delle aree naturali protette nei confronti degli organi centrali dello Stato, degli organismi dell'Unione Europea e, d'intesa con i Coordinamenti regionali che costituiscono la presenza organizzata sul territorio, anche nei confronti delle Regioni e degli Enti locali.

Favorisce la collaborazione, la circolazione delle informazioni, lo scambio delle conoscenze e delle esperienze tra le aree protette e promuove il recepimento delle indicazioni degli organismi nazionali ed internazionali per la tutela delle risorse naturali e per lo sviluppo sostenibile del pianeta.

Per svolgere con efficacia la propria missione mette a disposizione servizi e professionalità, promuove le azioni di conservazione della natura in una dimensione nazionale, elaborando progetti di Sistema per le Alpi, gli Appennini, le coste e le isole, propone e incoraggia attività di ricerca scientifica applicata, la definizione di strumenti appropriati per la tutela ambientale, la partecipazione e lo sviluppo sostenibile delle comunità locali.

Associati

Essa associa ad oggi, su base volontaria, 21 parchi nazionali, 79 parchi regionali, 23 riserve marine e decine di altri soggetti gestori di aree protette, comprese le associazioni ambientaliste, che complessivamente hanno la responsabilità di oltre 2.800.000 ettari, di cui quasi 200.000 a mare. I suoi organi, elettivi, sono costituiti dai rappresentanti degli enti di gestione.

Attività

Il principio della partecipazione e del coinvolgimento delle popolazioni locali è alla base delle azioni della Federazione, nella convinzione che la protezione di importanti patrimoni naturalistici e culturali è più facilmente raggiungibile con il consenso di chi vive nei parchi e può trovarvi occasione di soddisfazione sociale ed economica.

Grazie alla azione della Federazione e dei parchi, oggi in Italia è stato possibile dimostrare che conservazione e sviluppo sostenibile possono camminare insieme, promuovendo attività tradizionali come il turismo, l'agricoltura, l'artigianato.

Le iniziative di coordinamento e indirizzo della Federazione riguardano accordi di programma, protocolli di intesa e convenzioni con soggetti pubblici e privati più diversi, come le rappresentanze di categoria, i comuni e gli altri enti locali, le associazioni ambientaliste e culturali, le cooperative e le società di servizi.

La promozione attraverso convegni, seminari, workshop, fiere e altre iniziative riveste grande importanza, riuscendo a coinvolgere un numero sempre crescente di cittadini.

Federparchi, quindi, collabora con gli enti di gestione nella organizzazione amministrativa e tecnica e nella ricerca, nella pianificazione territoriale, nella promozione, intervenendo anche in sede politica nazionale e locale con proposte, programmi, progetti e iniziative per lo sviluppo di una azione generale di gestione territoriale e ambientale confacente ai canoni di conservazione e di corretto e duraturo sviluppo.

Di grande rilievo sono le attività internazionali. La collaborazione con organizzazioni (IUCN, Europarc), la partecipazione a progetti comunitari, il sostegno ad iniziative di cooperazione e aiuto sono tratti distintivi che hanno fatto assumere a Federparchi un ruolo di punta tra le associazioni delle aree protette. Fino a farla divenire promotrice dell'azione, avviata nella primavera del 2004, per dare vita ad una Federazione dei parchi del Mediterraneo.

Organizza direttamente manifestazioni nazionali (Giornata Europea dei Parchi, Parchinpiazza) e la partecipazione del sistema delle aree protette ad eventi di promozione (Bit, Salone del Gusto) dal

- 1990 la rivista quadrimestrale Parchi
- dal 1995 il sito Internet www.parks.it
- dal 2002 il mensile on line Il Giornale dei Parchi