

*Coltiviamo  
 il futuro*

di **DAVIDE  
 GAETA**



## I LIMITI DEL MARKETING TERRITORIALE

**L'**ITALIA possiede un incredibile patrimonio culturale, economico, storico, artistico, paesaggistico, enogastronomico. Fa riflettere come sia pressoché inesistente o primitiva la sua valorizzazione turistica e di marketing territoriale. Ancor peggio, quella diffusa assenza di sensibilità e incapacità delle amministrazioni pubbliche nel favorire il proprio patrimonio culturale in dialogo con le imprese locali. Chiunque di noi potrebbe citare decine di casi di incuria con cui veri e propri capolavori territoriali, nel senso più ampio del termine, vengono trascurati o resi sconosciuti se non per quei pochi coraggiosi turisti esploratori che si sono cocciutamente informati più di noi. Citare esempi è riduttivo ma aiuta a capire come in realtà perdiamo grandissime occasioni per far crescere le imprese e far funzionare le nostre amministrazioni.

**LA VALPOLICELLA** è un territorio bellissimo, per esempio, come tante denominazioni di origine italiane, reso famoso dal suo vino amarone; ma le sue cave in pietra sono un capolavoro per lo più sconosciuto e non sfruttato anche se per i turisti che frequentano le cantine richiestissimo. Le pievi romaniche e le oltre cento ville patrizie storiche sono altri esempi culturali con altissime sinergie potenziali con il turismo enogastronomico, perché per il turista che cerca il prodotto locale, vino olio, formaggio che sia, la bellezza e la cura del territorio sono il vero valore aggiunto sull'etichetta. Ma quanti esempi conosciamo o non conosciamo così? Lasciatemi citare gli sforzi coraggiosi di chi si è invece cimentato nel valorizzare la propria terra, sindaci, amministratori pubblici, imprenditori che hanno colto il valore potenziale e lo hanno trasformato in progetto culturale e di marketing territoriale con ottimi ritorni economici, a conferma che la mancanza di risorse è solo un pretesto degli ignavi.

**CITO** la Notte della Taranta, per un esempio, un evento straordinario che attira centinaia di migliaia di turisti nello splendido Salento; il progetto Mitilla che promuove le cozze di Pellestrina a Chioggia; Cantine Aperte che riunisce migliaia di visitatori nelle denominazioni del nostro territorio. I dati del turismo italiano sono in crescita e così gli importi delle tasse di soggiorno. Le premesse ci sono tutte: singole iniziative ed eventi brillanti e geniali, prodotti enogastronomici che ci invidia il pianeta, patrimoni artistico e culturali unici al mondo; manca l'eterna messa a sistema e la capacità di far conoscere quanto bene lavoriamo.

**Davide.gaeta@univr.it**

428 Roma-Corfo LA MAREMMA IL GIORNO

**DOSSIER  
 agroconomy**

**La prima patata italiana Dop  
 Tradizione e innovazione  
 in un mix 'made in Bologna'**

di [unreadable]

La patata è un prodotto che ha una lunga storia in Italia, ma fino a oggi non aveva mai ottenuto lo status di Denominazione di Origine Protetta (Dop). In Bologna, un mix di tradizione e innovazione ha permesso di creare la prima patata italiana Dop. Il progetto è stato guidato da [unreadable] e [unreadable], che hanno lavorato per migliorare la qualità e la sostenibilità della produzione. La patata è coltivata in un'area di [unreadable] ettari, dove si utilizzano tecniche di coltivazione tradizionali e moderne. Il risultato è una patata di alta qualità, con un sapore dolce e una consistenza cremosa. La patata è pronta per essere consumata in una varietà di modi, dalla frittata al purè. La patata è un prodotto versatile e nutriente, che può essere consumato in una varietà di modi. La patata è un prodotto che ha una lunga storia in Italia, ma fino a oggi non aveva mai ottenuto lo status di Denominazione di Origine Protetta (Dop). In Bologna, un mix di tradizione e innovazione ha permesso di creare la prima patata italiana Dop. Il progetto è stato guidato da [unreadable] e [unreadable], che hanno lavorato per migliorare la qualità e la sostenibilità della produzione. La patata è coltivata in un'area di [unreadable] ettari, dove si utilizzano tecniche di coltivazione tradizionali e moderne. Il risultato è una patata di alta qualità, con un sapore dolce e una consistenza cremosa. La patata è pronta per essere consumata in una varietà di modi, dalla frittata al purè. La patata è un prodotto versatile e nutriente, che può essere consumato in una varietà di modi.