

## Introduzione

Un tempo l'Inghilterra era un paese di oasi fertili, disseminate tra boschi e terre incolte, con qualche cittadina qua e là, fortezze per gli eserciti feudali, mercati per la gente, luoghi di riunione per gli artigiani. Divenne poi un paese di enormi e inutili fabbriche, e di ancor più inutili covi di speculazione, circondati da campagne mal coltivate e afflitte dalla miseria, saccheggiate dai padroni delle fabbriche. Oggi è un giardino, dove nulla va perduto o sprecato, con le case e le officine necessarie e disseminate ovunque, tutte ben tenute, pulite e belle.

(William Morris, 1884)

William Morris, nel 1884, in “Notizie da nessun luogo”<sup>1</sup>, descrive con queste parole la società ideale che nel 2004 avrebbe abitato la città di Londra e i suoi dintorni: un mondo immaginario, in cui, a seguito di una rivoluzione, si è costituita una forma utopistica di socialismo, i cui tratti sono da ricondurre al contesto sociale, politico e culturale in cui Morris scrive; un mondo ben tenuto e rispettoso dell'ambiente, in cui predomina uno stile di vita orientato ai valori di un'agricoltura sostenibile, vicina, per certi versi, al moderno concetto di agricoltura biologica. Nella società immaginata da Morris, le persone, gentili e di bell'aspetto, vivono a lungo e in totale serenità. A 10 anni di distanza dall'anno in cui Morris ha ambientato il suo “viaggio del tempo”, alcuni dei temi affrontati da questo romanzo di età vittoriana si rivelano estremamente attuali, prova, da un lato, della telescopia dello scrittore e, dall'altro, di quanto l'attuazione di un simile modello di sviluppo rappresenti un'operazione complessa. Partendo da questo spunto letterario, il presente lavoro

<sup>1</sup> W. Morris, *Notizie da nessun luogo*, Milano, Garzanti, 1984.

intende riflettere sulla possibilità e sulle eventuali modalità attraverso cui il patrimonio culturale, il paesaggio e le produzioni agroalimentari distintive di un territorio, possono rappresentare elementi determinanti per il benessere della collettività, nonché fattori di sviluppo territoriale.

Essendo il patrimonio culturale espressione mutevole di una società, anche le tradizioni immateriali, nella fattispecie le abitudini alimentari e le produzioni locali tipiche, in quanto espressione dell'eredità culturale di una condizione di civiltà storicamente contestualizzata e geograficamente localizzata, assumono un valore culturale meritevole di tutela e di un'adeguata valorizzazione. In virtù della loro natura produttiva, inoltre, le produzioni agroalimentari tipiche sono contraddistinte da un valore economico-produttivo che può rivelarsi decisivo per lo sviluppo del territorio di origine.

Partendo da questi presupposti si è inteso indagare le possibilità di definizione e i potenziali risvolti di un programma di sviluppo integrato e sostenibile per la valle marchigiana del fiume Aso, un territorio contraddistinto, per la gran parte, da piccoli borghi ancora ben conservati, immersi in un contesto paesaggistico che individua nella campagna e nelle produzioni agricole tradizionali i suoi principali tratti distintivi. Al fine di individuare e sfruttare al meglio le opportunità offerte dalla letteratura di settore e da casi di studio e di applicazione pratica affini compatibili con le peculiarità del territorio della Valdaso, l'analisi è stata distinta in due sezioni: una prima parte di carattere teorico (capitoli 1, 2 e 3) e una seconda parte (capitoli 4, 5 e 6) dedicata all'analisi del caso Valdaso.

Il primo capitolo ripercorre le tappe che hanno condotto all'estensione della concezione di cultura in chiave sistemica e della nozione di bene culturale al paesaggio e, con i recenti riconoscimenti UNESCO, anche alle tradizioni alimentari e al cibo, e definisce i tratti essenziali del consumo postmoderno, con specifico riferimento alle tendenze emergenti nei consumi alimentari; dimostra, infine, le potenzialità culturali e produttive del trinomio Cultura-Cibo-Paesaggio per lo sviluppo integrato e sostenibile di un territorio.

Il secondo capitolo, partendo dalla nozione di valore di produzione, dimostra come l'eredità culturale dei prodotti *made in Italy* possa rappresentare, a diversi livelli e con modalità differenti, un fattore produttivo di enorme rilevanza. Con tale scopo, dopo aver precisato cosa si intende per *made in Italy* e illustrato il percorso che ha condotto alla sua affermazione, nonché le criticità che contraddistinguono oggi questo settore, il capitolo focalizza l'attenzione sul comparto agroalimentare e sul valore di produzione dei prodotti agroalimentari tipici.

Il terzo capitolo riflette sull'importanza di saper organizzare le risorse distintive di un territorio, attraverso una ricognizione del complesso di strategie, logiche e strumenti cui è possibile ricorrere in un'ottica di promozione e sviluppo territoriale, partendo dal marketing territoriale per arrivare al marketing dei prodotti tipici. In ultimo, il capitolo approfondisce il tema dello sviluppo sostenibile e delle modalità con cui la sostenibilità può rappresentare una chiave di volta per la gestione dei flussi turistici e la valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche, anche in riferimento a movimenti e iniziative di contro-cultura, quali ad esempio *Slow Food* e *Eataly*.

La seconda parte del testo è dedicata al caso di studio cui si legano le premesse teoriche dei primi due capitoli.

Nel dettaglio il quarto capitolo è dedicato alle risorse e alle peculiarità distintive della valle dell'Aso. L'argomentazione è articolata in cinque ambiti principali. Dopo un inquadramento territoriale e demografico, il focus è spostato sull'analisi del sistema economico e produttivo, portando l'attenzione sulla vocazione produttiva prevalentemente agricola e segnatamente ortofrutticola e vitivinicola della valle e sul lentissimo processo di industrializzazione che contraddistinguono questo territorio; segue una prima ricognizione delle peculiarità storiche e culturali, condotta mediante il riferimento alle componenti distintive dell'area e, dunque, distinguendo tra evidenze storico-archeologiche, castelli e borghi medievali (mura, torri, porte, edifici civili e religiosi), patrimonio musealizzato e paesaggio agrario, con specifico riferimento al fenomeno storico sociale della mezzadria, alla considerevole diffusione territoriale della tipologia

abitativa della casa colonica e alle produzioni agroalimentari tipiche.

Il quinto capitolo recupera la nozione di *made in Italy* e la analizza in chiave locale, focalizzando l'attenzione sul concetto di *made in Valdaso* e sulle potenzialità che si legano ad esso. La prima parte del capitolo, ricorrendo agli strumenti tipici della *field research*, si propone di indagare quanto in Valdaso il *made in* sia percepito come un vantaggio competitivo inimitabile. In concreto, l'indagine empirica ha rivolto l'attenzione a diversi punti di vista. Innanzitutto, essa ha indagato la consapevolezza del valore di produzione dei prodotti *made in Valdaso* presso un campione di imprenditori agroalimentari locali cui è stato somministrato un questionario di 46 domande, finalizzato a indagare il rapporto di ogni azienda con il patrimonio culturale e il paesaggio locali; lo stesso tema è stato poi esplorato analizzando il punto di vista degli amministratori locali, mediante il ricorso a interviste semi-strutturate finalizzate a definire i tratti essenziali delle politiche culturali e territoriali condotte a livello regionale, provinciale e comunale; il punto di vista della popolazione residente è stato infine indagato indirettamente, prendendo in esame l'attività delle diverse associazioni di tutela e valorizzazione delle specificità della Valdaso nate in questo territorio, e altresì verificando, mediante un'intervista al dirigente dell'Istituto Scolastico Comprensivo di Monterubbiano, l'esistenza di programmi di educazione al patrimonio, al paesaggio e a un sistema di alimentazione sostenibile. La seconda parte del capitolo ha rivolto l'attenzione dal tema della percezione a quello delle azioni effettivamente avviate o portate a termine in Valdaso per promuovere e valorizzare il territorio e le peculiarità storiche, artistiche e produttive che lo caratterizzano. Avvalendosi degli stessi strumenti di ricerca utilizzati per l'analisi del livello di consapevolezza circa le potenzialità del *made in Valdaso*, l'analisi è stata rivolta a quegli attori che svolgono funzioni di carattere operativo nell'ambito della programmazione, progettazione e realizzazione di azioni di sviluppo e promozione territoriale. In particolare, a livello regionale, si è focalizzata l'attenzione sulle politiche e strategie attuate in materia di pianificazione urbanistica e paesaggistica, sviluppo

rurale e pianificazione turistica. A livello locale, non si sono persi di vista il ruolo dei produttori agroalimentari locali, dalla cui collaborazione sono nati diversi progetti che hanno contribuito a salvaguardare e valorizzare il territorio della valle dell'Aso, e la funzione di coordinamento tra politiche regionali e iniziative territoriali dei Gruppi di Azione Locale. Un'attenzione particolare è stata infine rivolta all'analisi delle potenzialità turistiche della valle dell'Aso, con particolare riferimento all'attività del Sistema Turistico Locale "Marca Fermana" e alle modalità con cui il valore di produzione dei prodotti tipici locali è percepito come *asset* da impiegare nell'ambito di strategie di marketing turistico, nonché al progetto Ecomuseo della valle dell'Aso e delle sue identità, avviato in via sperimentale nel 2011.

L'ultimo capitolo, avvalendosi di un'analisi SWOT, riflette infine sui risultati dello studio del "sistema Valdaso" illustrato nei precedenti capitoli e, dopo averne individuato potenzialità e problematiche, propone una via di sviluppo per questo territorio incentrata su tre temi chiave: 1) la valorizzazione e integrazione delle risorse distintive e potenzialmente attrattive del territorio, 2) la cooperazione tra tutti gli attori sia pubblici che privati e l'integrazione dei vari interventi di promozione territoriale e 3) la necessità di orientare ciascun intervento in direzione delle esigenze della sostenibilità, declinata sia a livello turistico che relativamente a stili di vita e atteggiamenti di consumo.

Il territorio della valle dell'Aso e, soprattutto, la ricchezza di risorse e la vivacità di iniziative che lo caratterizzano rappresentano un buon punto di partenza per predisporre un sistema di sviluppo territoriale che individui i suoi *assets* essenziali nel patrimonio culturale materiale e immateriale, nel paesaggio rurale e nelle produzioni agroalimentari tipiche. In particolare, tali produzioni, nel porsi come elemento di raccordo tra patrimonio culturale e paesaggio, possono configurarsi come fattori trainanti di sviluppo per la valle dell'Aso, nella consapevolezza che nell'attuale contesto di competizione globale, lo sviluppo e il successo di un territorio non dipendono tanto dalla ricerca della soluzione vincente, ma dalle scelte più congeniali alla specificità del contesto di riferimento.

A conclusione di questo lavoro, iniziato nel 2012, confluito nella mia tesi di laurea magistrale e giunto oggi a tale risultato editoriale, ritengo importante ringraziare quanti hanno avuto un ruolo in questo percorso. In primo luogo ringrazio le aziende agroalimentari della valle dell'Aso che si sono mostrate disponibili a compilare il questionario appositamente predisposto e gli amministratori pubblici che hanno fornito preziose indicazioni per la ricerca: Paolo Petrini, ex assessore regionale con deleghe all'agricoltura, allo sviluppo rurale, all'agriturismo e all'industria agroalimentare; Guglielmo Massucci, ex assessore al turismo e all'agricoltura della Provincia di Fermo; Barbara Toce, attuale presidente dell'Unione Comuni Valdaso e sindaco del comune di Pedaso; Giuliana Porrà, vicesindaco del comune di Altidona. Ringrazio inoltre Michela Borri, presidente del Gal Fermano, i funzionari della Regione Marche Achille Bucci e Lorenzo Bisogni e Andriana Mircoli, direttrice dell'Istituto Scolastico Comprensivo di Monterubbiano. Grazie ad Antonella Nonnis, coordinatrice dell'Ecomuseo della valle dell'Aso e utile elemento di confronto nella conduzione della seconda fase del lavoro di ricerca. Ringrazio infine Mara Cerquetti per la fiducia riposta in me, il supporto e gli stimoli a migliorare che mai sono mancati; Tea Fonzi per la stima e per aver riletto il testo. Grazie a Cesare per la pazienza.