GAL LANGHEROERO LEADER

*Imprese e istituzioni **insieme** per il **futuro** del **territorio***

Il futuro del settore agroalimentare siamo noi

16 aprile 2025

FILIERE CORTE E BIODIVERSITÀ: IL VALORE DELL'IDENTITÀ TERRITORIALE PER COMUNITÀ E IMPRESE

Tatiana Cini
Advisor Turismo, territori, benessere PTS Clas

CIBO
FILIERE
SVILUPPO LOCALE

Biodiversità agroalimentare e filiere corte:
azioni possibili per coniugare
salute, ambiente, economia

Un progetto di

Finanziato nell'ambito di

REGIONE PIEMONTE

Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027

In collaborazione con

CAMERA DI COMMERCIO CUNEO

Si ringrazia

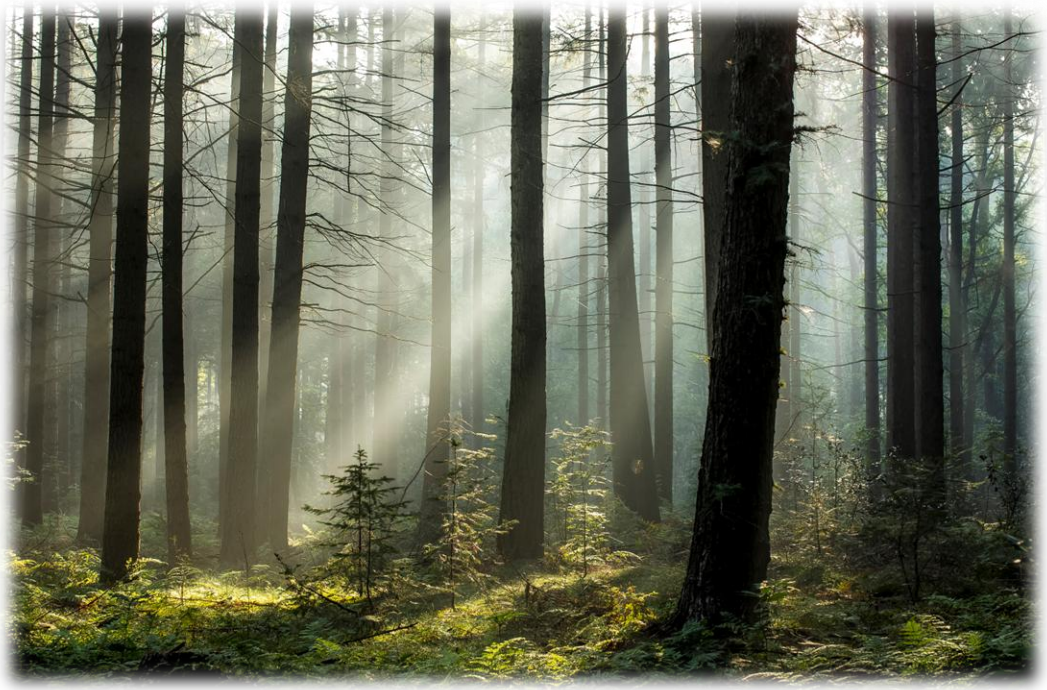
BANCA D'ALBA CREDITO COOPERATIVO

Identità territoriale: tema di nicchia o comune sensibilità?

Apparteniamo a **un'epoca di grande accelerazione**, nella conoscenza, negli sviluppi tecnologici, nelle dimensioni dell'economia, nella comunicazione, nelle relazioni sociali.

Parlare di territori locali può sembrare un tema di confine, quasi nostalgico, di resistenza al mutamento.

Non lo è. **Quanto più il mondo si muove, tanto più abbiamo bisogno di radici salde, sulla cui base crescere, ondularsi e fiorire**.



Un progetto di
Finanziato nell'ambito di
In collaborazione con
Si ringrazia

Identità territoriale: voce plurale, fluente, generativa

Paesaggi naturali e umani
(le stagioni, le colline, i campi, i borghi, le geometrie delle vigne o delle stalle)

Valori collettivi
(la fatica, la lentezza, la cura, l'autenticità, l'orgoglio, la misura)

Lingua e dialetti
(le parole che usiamo per dire la terra, la pioggia, la fame, l'amicizia)

Identità territoriale

Gesti e saper fare
(lavorare, coltivare, trasformare, ospitare)

Saperi e tradizioni
(le feste, i riti, le ricette, i canti, le storie di vita del passato)

L'identità territoriale è l'insieme di caratteristiche **materiali e immateriali** che rendono **un territorio unico e riconoscibile**, sia agli occhi di chi lo abita che di chi lo visita.

È una sorta di **"impronta"** che nasce dall'interazione tra:

- **elementi fisici**: paesaggio naturale, architettura, biodiversità, geografia;
- **aspetti culturali:** tradizioni, lingue e dialetti, pratiche agricole, artigianato, arte, musica, cucina;
- **ideali condivisi:** senso di appartenenza, memoria collettiva, visione del futuro;
- **relazioni sociali ed economiche:** stili di vita, reti locali, produzioni tipiche.

È un **DNA collettivo**, fatto di storie, segni, sapori.

Un progetto di
Finanziato nell'ambito di
Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027
In collaborazione con
Si ringrazia

Il riconoscimento dell'identità di un territorio genera consapevolezza riguardo la sua più **profonda sostanza.**

L'identità territoriale non costituisce un aspetto di fissità, immutabile e pietrificato, ma un **elemento di unicità e un impulso al divenire**, in un continuo **moto trasformativo.**

Evolve nel tempo, si adatta ai cambiamenti, ma mantiene un nucleo riconoscibile e autentico.

È il risultato del **continuo dialogo tra passato, presente e futuro, tra natura e cultura, tra locale e globale**.

Un progetto di

Finanziato nell'ambito di

REGIONE PIEMONTE

Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027

In collaborazione con

CAMERA DI COMMERCIO CUNEO

Si ringrazia

BANCA D'ALBA CREDITO COOPERATIVO

Identità territoriale: elemento strategico per lo sviluppo locale

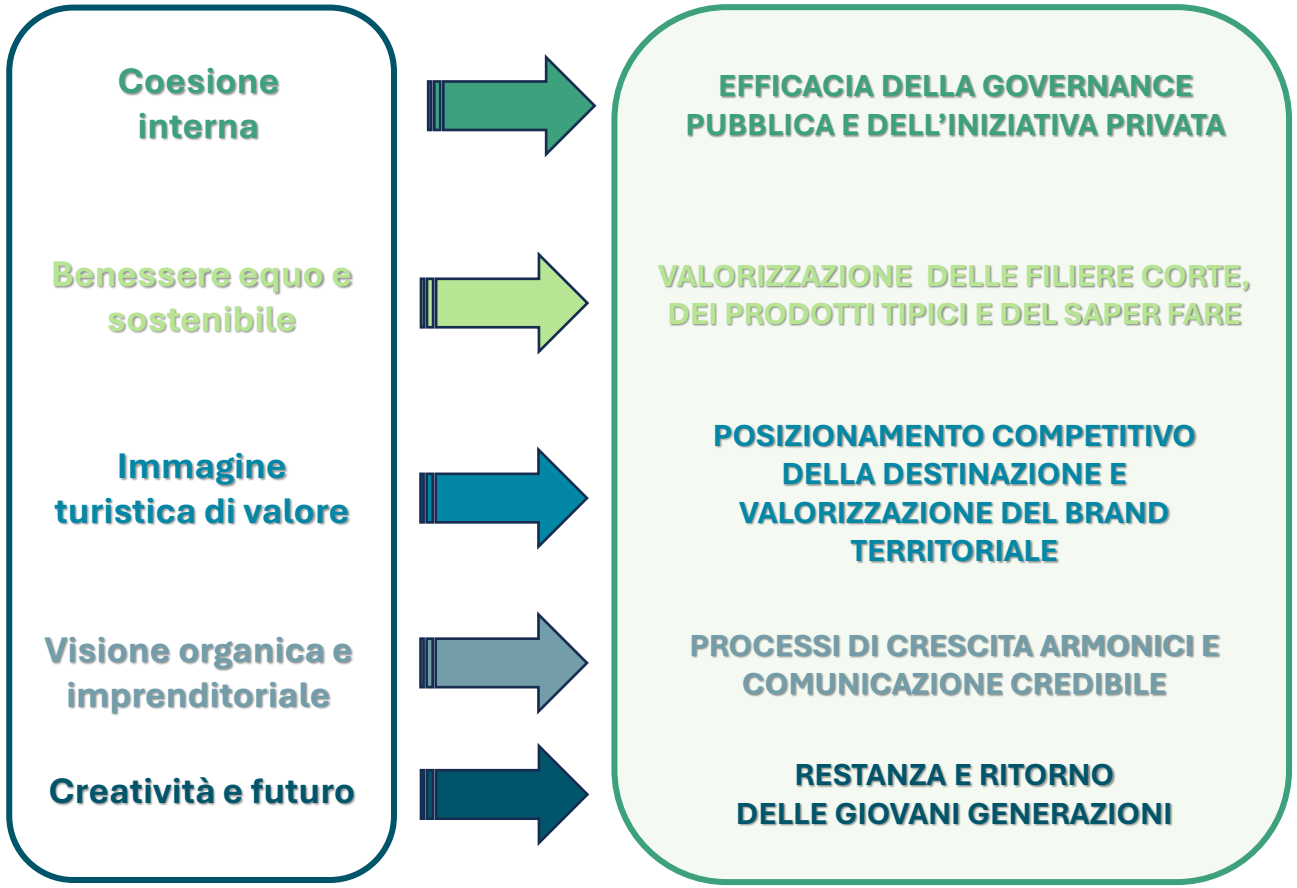
1. **Costruisce appartenenza.** Rafforza il legame emotivo tra persone e luoghi e crea una comunità più partecipe e attiva nelle scelte locali

2. **Guida uno sviluppo socioeconomico sano, diffuso e duraturo.** Un territorio che conosce sé stesso può valorizzarsi senza snaturarsi

3. **Attrae turismo di qualità.** In un mercato saturo, vince chi propone un racconto unico e genuino; chi cerca autenticità, la riconosce subito, la rispetta e contribuisce a custodirla

4. **Aiuta a compiere scelte coerenti** nella progettazione territoriale, nelle scelte di business e nella comunicazione

5. **Favorisce innovazione radicata.** Nuove idee possono germogliare su radici forti



Un progetto di
Finanziato nell'ambito di
REGIONE PIEMONTE
Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027
In collaborazione con
CAMERA DI COMMERCIO CUNEO
Si ringrazia
BANCA D'ALBA CREDITO COOPERATIVO

Identità territoriale e filiere corte (agroalimentare, imprenditorialità, accoglienza)

1. La filiera corta agroalimentare, intesa come sistema di relazioni dirette e trasparenti tra produttori, trasformatori e consumatori finali, si configura sempre più come **motore di innovazione economica e culturale, capace di generare valore diffuso ben oltre il perimetro del settore**.

2. Il turismo, in questo scenario, **non è solo beneficiario, ma attore attivo di un ecosistema locale che punta sulla qualità, sulla prossimità e sull'identità**.

Fonte: Rurability (piattaforma per il Turismo Rurale Sostenibile)

3. La proposta turistica si arricchisce di contenuti valoriali che rispondono alle aspettative di viaggiatori sempre più sensibili a temi come **la sostenibilità ambientale, il benessere sociale e la giustizia alimentare.**

4. La filiera corta dell'accoglienza diventa così un **paradigma virtuoso di economia circolare territoriale**, dove il cibo non è solo nutrimento, ma **strumento di coesione, elemento di interpretazione del paesaggio e veicolo di rigenerazione delle comunità locali**. Agricoltori, ristoratori, artigiani e operatori turistici, collaborando in modo integrato, possono dare vita **a reti resilienti, capaci di valorizzare le risorse locali in una logica sistemica e partecipata.**

Un progetto di
Finanziato nell'ambito di
REGIONE PIEMONTE
Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027
In collaborazione con
CAMERA DI COMMERCIO CUNEO
Si ringrazia
BANCA D'ALBA CREDITO COOPERATIVO

Identità territoriale: elemento di attrazione turistica

Fonti: Skyscanner "Horizons: 2023–2024 Destination & Booking Insights" e "Horizons: 2024–2025 Spending, Planning and Destination Insights"

Secondo i più recenti trend del turismo globale i **5 principali fattori di scelta** di una destinazione sono:

- **CLIMA** per il 60% dei viaggiatori
- **CIBO** per il 58%
- **CULTURA** per il 54%
- **ATTRAZIONI** per il 49%
- **«VIBE»** per il 41%

I viaggiatori preferiscono scoprire le destinazioni con **itinerari personalizzati** rispetto ai tour standard.

I viaggiatori EMEA cercano «**gemme nascoste**» lontane dalle aree turistiche e affollate.

Un numero crescente di viaggiatori **considera l'impatto delle proprie scelte turistiche**, con il 26% che intende visitare destinazioni meno turistiche e un altro 26% che desidera avere un impatto positivo sulle comunità visitate.

Un progetto di
Finanziato nell'ambito di
REGIONE PIEMONTE
Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027
In collaborazione con
CAMERA DI COMMERCIO CUNEO
Si ringrazia
BANCA D'ALBA CREDITO COOPERATIVO

Identità territoriale: tema di comunicazione e sviluppo del brand locale

VISIT FINLAND – FIND YOUR INNER FINN

- Strategia di marketing territoriale basata sullo status raggiunto dal Paese come **“il più felice del mondo”**
- In palio una vacanza di 4 giorni in Finlandia per partecipare a un **“Master in felicità”**
- **“Find your inner Finn”** (Trova il tuo finlandese interiore), sfida sui social per accedere alla masterclass

Un progetto di
Finanziato nell’ambito di
In collaborazione con
Si ringrazia

Identità territoriale: nuove forme di ricettività in un'ottica di sostenibilità ambientale

Svezia

Treehotel

- *8 stanze*
- *Sospese a 4-10 mt dal suolo*

Glamping

- *Tende sospese*
- *Bubble room*

Un progetto di

Finanziato nell'ambito di

REGIONE PIEMONTE

Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027

In collaborazione con

CAMERA DI COMMERCIO CUNEO

Si ringrazia

BANCA D'ALBA CREDITO COOPERATIVO

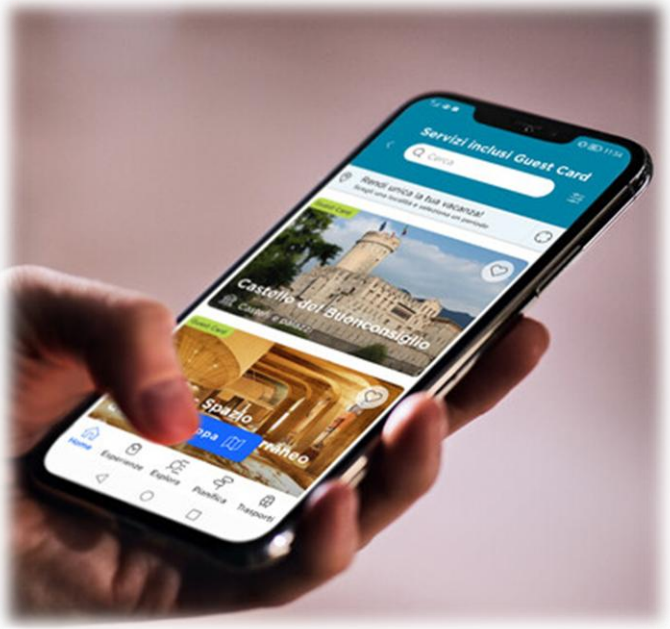
Identità territoriale: il cammino come intreccio di valori ed esperienze locali

Cammino di Santiago

- **Infrastrutture di supporto.** Ostelli e alberghi, spesso gestiti da organizzazioni religiose, enti locali e volontari; segnaletica (frecce gialle e conchiglie)
- **Strutture e servizi.** Ristoranti e caffetterie, negozi e farmacie
- **Sicurezza.** Servizi medici in caso di necessità
- **Accessibilità.** Collegamenti di trasporto pubblico (treni, autobus e aerei)
- **Organizzazioni e associazioni.** Supporto con informazioni, mappe, consigli e assistenza
- **Sostegno ecclesiastico.** Assistenza spirituale e logistica della Chiesa Cattolica
- **Sostenibilità ambientale.** Progetti di conservazione, promuovendo pratiche di turismo sostenibile
- **Riconoscimento culturale e storico.** Patrimonio dell'Umanità e investimenti dei governi locali e nazionali per la promozione (campagne pubblicitarie, eventi e fiere internazionali)
- **Certificazioni e riconoscimenti.** La Compostela costituisce un forte incentivo per molti pellegrini

Un progetto di
Finanziato nell'ambito di
Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027
In collaborazione con
CAMERA DI COMMERCIO CUNEO
Si ringrazia
BANCA D'ALBA CREDITO COOPERATIVO

Identità territoriale: la card turistica come strategia di valorizzazione locale



TRENTINO GUEST CARD

La card turistica (o destination card) si configura come **strumento unitario di promozione e commercializzazione delle attrattive e dei servizi** del territorio aderenti all'iniziativa, con la possibilità per il visitatore di fruirne in termini scontati o gratuiti, pagando in anticipo un prezzo fisso e correlato alla durata del soggiorno.

A seconda delle dimensioni del territorio, si possono prevedere diversi format di card, con durata distinta, **aggregando innanzitutto l'offerta enogastronomica e ristorativa, le proposte culturali, artistiche e di intrattenimento, i servizi di guida ambientale e di pratica sportiva e il sistema della mobilità, ed estendendo** in un secondo tempo, ovvero dopo una prima sperimentazione all'interno del network di attività turistiche più flessibili da punto di vista operativo, **alle strutture ricettive alberghiere e complementari.**

La card rappresenta pertanto una forma di pacchetto turistico "all inclusive", personalizzabile, a partire da una sua versione standard, nei contenuti, nell'estensione territoriale e nella durata temporale in relazione agli specifici segmenti di mercato.

Un progetto di
Finanziato nell'ambito di
REGIONE PIEMONTE
Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027
In collaborazione con
CAMERA DI COMMERCIO CUNEO
Si ringrazia
BANCA D'ALBA CREDITO COOPERATIVO