# DE.CO.

## Come promuovere il territorio con i prodotti a denominazione comunale

VICENZA

A CURA DI TEAMWORK

Questo dossier è stato realizzato da Teamwork srl di Rimini per conto del Consorzio Vicenza è.
Ideazione e testi a cura di Teamwork srl di Rimini. I testi sono stati scritti da Elena Tarfanelli.
Hanno collaborato alla realizzazione: Giulia Ronga, Carla Padovan e Vladimiro Riva.
Il dossier è stato realizzato con il prezioso contributo di Gian Arturo Rota.
Con l'assistenza del Tavolo di coordinamento dei Comuni DE.CO. della provincia di Vicenza e della redazione del sito internet www.comunideco.it

Può essere utilizzato e riprodotto purché sia esplicitamente citata la fonte.

Via Montale 25 · 36100 Vicenza · Italy
Tel. +39 0444 994770 · Fax +39 0444 994779
info@vicenzae.org
www.vicenzae.org

Via Macanno 38/G · 47923 Rimini · Italy
Tel. +39 0541 57474 · Fax +39 0541 59980
info@teamwork-rimini.com
www.teamwork-rimini.com

# Indice


- Introduzione....4
- Cos'è una DE.CO.....6
- Perché una DE.CO.....8
- La storia della DE.CO.....9
- Tipi di DE.CO.....12
- Come ottenere la Denominazione Comunale: l'iter per istituire il marchio DE.CO. .....13
- Come può essere usata la DE.CO.....18
- A sostegno delle DE.CO.....22
- DE.CO.: esempi virtuosi in Italia.....24
- Un caso di successo: il vicentino.....26
- Un menu tutto DE.CO.....30
- Il futuro delle DE.CO.....32
- Conclusioni.....36
- 10 consigli pratici rivolti agli operatori per sfruttare le DE.CO. in albergo.....37

# Introduzione

Tutelare e salvaguardare il patrimonio e le ricchezze locali rappresenta non soltanto un dovere per ogni territorio, ma anche una valida occasione per aumentare la propria visibilità e appetibilità agli occhi dei visitatori.

Quando parliamo di mete turistiche nell'immaginario collettivo balenano nella mente località di mare, di montagna, luoghi di interesse storico-artistico o quelli che offrono servizi e divertimenti.

Le risorse di un territorio, tuttavia, non si limitano alla presenza di questi elementi, che spesso sì rappresentano la principale fonte di richiamo, ma non l'unica ed esclusiva. Una località turistica, infatti, è costituita certamente dalle infrastrutture, dagli impianti ricettivi e ricreativi e dal patrimonio storico, ma ogni destinazione deve sempre di più contare anche sulla propria cultura d'origine, quella fatta di tradizioni, di usanze, di saperi e sapori.

*Fonte: comunideco.it*

In particolare quella costituita dai prodotti tipici che si coltivano solo in quella particolare zona, oppure a un piatto che si cucina soltanto in un paese, a una lavorazione originale che contraddistingue una precisa località.

Conoscenze e aromi, dunque, che rappresentano un patrimonio dalle grandi potenzialità poiché donano una precisa e forte **identità** a un territorio esaltandolo e valorizzandolo agli occhi non solo dei visitatori, ma anche dei propri cittadini, dando loro la precisa idea della ricchezza di cui sono essi stessi depositari.
Tale patrimonio, pertanto, non va trascurato lasciando che cada nel dimenticatoio, ma anzi, al contrario deve essere sempre più sviluppato e potenziato in modo che non vada perduto: a questo servono le DE.CO., acronimo che sta per "Denominazione Comunale".

Ma cosa è una DE.CO.? A cosa serve effettivamente? Come e chi la utilizza?
La DE.CO. altro non è che una certificazione rilasciata da un comune in merito a un prodotto oppure a una lavorazione, peculiari di un preciso luogo d'origine.
Molto più semplicemente, la DE.CO. può essere paragonata a una sorta di c**arta di identità** di un territorio che ne descrive ed evidenzia i "segni particolari".
Crescono di settimana in settimana i comuni che, dunque, vogliono fissare questo fattore identitario e riconoscibile che è legato a un piatto, a un prodotto e, più in generale, a un sapere che appartiene in modo precipuo alla comunità.
Attualmente, infatti, sono oltre quattrocento i comuni che hanno già fatto proprie le finalità che, come vedremo successivamente, la DE.CO. esprime.
Ogni realtà, infatti, ha un patrimonio unico fatto di storia e cultura che non dovranno mai essere dimenticate né abbandonate in quanto parte integrante e anima del territorio stesso.

# Cos'è una DE.CO.

Ogni singolo comune, degli 8.000 sparsi in tutta Italia, possiede un patrimonio concreto che è l'espressione della propria tradizione culturale; affinché questa tradizione, gastronomica in primis, non sparisca sono state ideate, da Luigi Veronelli, le DE.CO.
Per chiarire, se un prodotto è originario solo ed esclusivamente di quel comune, la sua amministrazione, dopo verifiche e attente analisi, ha facoltà di rilasciare una dichiarazione che ne attesti e, allo stesso tempo, ne enfatizzi la provenienza. Ciò grazie anche alla Legge Costituzionale n. 3, emanata il 18 ottobre 2001 e pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale il 24 ottobre 2001. Tale azione diventa un riconoscimento di grande valore in quanto consente la conservazione e lo sviluppo della cultura autoctona del territorio, favorendo contemporaneamente anche la protezione del prodotto stesso.

La DE.CO. è, all'atto pratico, una **delibera**, cioè una registrazione fatta da parte del sindaco che conferma che quella comunità si identifica con un certo prodotto, oppure con un determinato piatto.

*Fonte: comunideco.it*

Le DE.CO., come vedremo, sono di vari tipi poiché possono riguardare un prodotto dell'agricoltura, un processo produttivo, una preparazione gastronomica o una lavorazione artigianale. Per fare un esempio, risultano essere dotati di marchio DE.CO. prodotti quali: il radicchio rosso di Asigliano, il broccolo fiolaro di Creazzo, la patata di Rotzo, il sedano di Rubbio, l'olio delle colline ennesi, il cuscus di S. Vito Lo Capo, la rianata lilybetana, il pane di Castelvetrano, e ancora, la polenta dolce di Marengo, i pomodori di Altomonte e la lista sarebbe ancora molto lunga.

Tutto farebbe pensare di poter equiparare la DE.CO. ai marchi di qualità; in realtà la Denominazione Comunale nulla ha a che fare con le denominazioni istituzionalizzate come D.O.P. (Denominazione di Origine Protetta) o I.G.P. (Indicazione Geografica Protetta), per citarne alcune.

La DE.CO. è soltanto una certificazione d'origine istituita, approvata e firmata dal sindaco che in un preciso momento attesta e censisce i prodotti e i fattori tramite i quali la propria comunità si identifica: la DE.CO. rappresenta una vera e propria "**scheda anagrafica**" del prodotto.

A livello economico il marchio DE.CO., dunque, non porta alcun beneficio diretto e ovviamente se non sfruttato e diffuso, non significa nulla e non aggiunge alcun valore al prodotto, nella realtà dei fatti, però, può diventare un grande e potente strumento di marketing territoriale, di **riconoscimento** per la destinazione nei confronti dei turisti e di **autocoscienza** per gli stessi cittadini.

Con la DE.CO., infatti, ogni comune identifica le proprie produzioni enologiche, gastronomiche e artigianali che la tradizione tramanda e come tali cerca di tutelarle: **un prodotto DE.CO. costituisce, pertanto, un consolidamento dell'identità di un determinato territorio, favorendo anche il suo indotto turistico ed economico**.

# Perché una DE.CO.

Al giorno d'oggi, in un mondo frenetico dove tutto è immediato, dove ognuno di noi è connesso con l'altra parte del globo, i ritmi lenti sembrano essere diventati solo un ricordo e le tradizioni ormai lontane, si avverte il bisogno di riavvicinarsi alle vecchie abitudini, quelle dei nostri nonni. Possiamo quasi affermare che ci troviamo davanti a una sorta di **crisi d'identità**: tutto è omologato, dal modo di vestire agli oggetti di arredamento, fino ai cibi che compriamo e che portiamo sulle nostre tavole.

Ormai il pezzo unico è diventato un'eccezione, una rarità e qualsiasi cosa sembra essere prodotta in serie.

È proprio in questo momento che avvertiamo maggiormente il bisogno di tornare all'**autenticità** e alla **genuinità**: l'oggetto industriale contro quello artigianale, il frutto fuori stagione e coltivato in serra contro quello colto nel campo o acquistato dal contadino.

Per tali motivi è diventata un'esigenza impellente l'avvicinarsi alla ricchezza culturale dei luoghi, una ricchezza che affonda le radici in un secolare patrimonio di sapori e tradizioni. Un patrimonio, fatto di riti, tecniche di coltivazione e lavorazione, ricette, prodotti della terra e dell'artigianato, che in alcuni casi, purtroppo, è andato perduto.

*Fonte: comunideco.it*

Ciò ha innescato, più o meno coscientemente, una sorta di nostalgia che porta ad una **riscoperta del passato**; le DE.CO., non a caso, nascono da queste premesse: la necessità di una rinascita culturale che coinvolge ogni individuo come singolo, ma soprattutto in quanto facente parte di una comunità.

Le DE.CO., infatti, puntano non solo alla valorizzazione della cultura locale, ma anche al forte **senso di appartenenza** di ciascun abitante al proprio territorio.

# La storia della DE.CO.

Febbraio 1999. Fiera Agricola, Verona. Luigi Veronelli, famoso giornalista/scrittore, padre della cultura gastronomica italiana e ideatore delle DE.CO., propose la sua istituzione durante apposito convegno a cui parteciparono vari sindaci, giunti un po' ovunque dall'Italia; tra essi anche alcuni membri del consiglio nazionale dell'ANCI.
Veronelli vedeva nella DE.CO. la salvezza delle produzioni contadine e la piena affermazione dell'identità per i prodotti agricoli e artigianali italiani; così sosteneva energicamente nei numerosi incontri a tema cui ha partecipato:
"*Per restituire ai cittadini, agli abitanti dei comuni il loro patrimonio, il frutto della fatica di tanti anni, io vorrei che i sindaci si facessero attivi per un 'certificato di origine' di ciascuno dei prodotti che nasce e che è confezionato nella loro terra*".
La proposta fu accettata e l'Anci si impegnò per l'attivazione di una legge d'iniziativa popolare e la relativa raccolta di firme.
Veronelli fu seguito e appoggiato da colleghi giornalisti; tra i più attivi Paolo Massobrio e Riccardo Lagorio.

## Il ruolo dell'ANCI

All'inizio, come scritto, l'ANCI sostenne apertamente e pubblicamente Veronelli. Tuttavia, fu un sostegno solo teorico. Nella pratica, emersero differenze di vedute, a partire dalla modifica dell'acronimo originario: DE.CO. diventa DE.C.O. (Denominazione Comunale di Origine). Quello che l'Anci promosse, incentivò e diffuse in tutte le città d'Italia, sotto il cappello "**Progetto DE.C.O.**", proponendo un modello standard di **regolamento** comunale *"per la tutela e valorizzazione dei prodotti tipici locali e per l'istituzione della DE.C.O".*
Con l'elaborazione del modello standard di regolamento comunale si dava la possibilità a ogni comune di seguire, come vedremo in seguito, l'iter per l'adozione da parte dei singoli consigli comunali della certificazione DE.CO., illustrando procedure amministrative in grado di concedere anche ai singoli produttori di ottenere il

riconoscimento di Denominazione Comunale per i propri prodotti mediante il rispetto delle disposizioni presenti nel **disciplinare di produzione** (uno dei più importanti strumenti attuativi per le DE.CO., come vedremo).

La DE.C.O. però fu presto arrestata dal Ministero delle Politiche Agricole che contrastò il progetto per incompatibilità e incongruenza con le norme sulla tipicità e sulle denominazioni di origine della Comunità Europea. Era la parola Origine a generare equivoci e a convincere i funzionari del Ministero che l'iniziativa si presentava come marchio di qualità e volesse sovrapporsi, se non addirittura opporsi, ai già esistenti marchi comunitari. Funzionari che giunsero a minacciare i sindaci che volevano adottare la nuova certificazione.

In questo clima di "tensione", accadde che le differenze di vedute tra ANCI e Veronelli si trasformano in vera e propria presa di distanza da parte dell'ANCI, tanto che la stessa, dopo l'alleanza anche ufficialmente dichiarata (supportando addirittura i comuni nell'iter e istituendo la "Consulta dei Comuni DE.CO." con il compito di coordinare le diverse azioni ed iniziative legate all'istituzione e alla promozione delle Denominazioni Comunali), abdicò all'iniziativa e anzi si dimostrò contraria, puntando invece sul progetto "Res Tipica", attraverso l'attivazione delle associazioni comunali d'identità (le attuali Città dei sapori, Città del vino, ecc.).

Ma la DE.CO. non si arrestò. Tra enormi difficoltà e gran confusione, il numero dei comuni che deliberavano piano piano cresceva.

Nel 2004, scomparve Veronelli. I sostenitori continuarono l'opera del loro ispiratore: dal già citato Massobrio a Roberto De Donno, a Gian Arturo Rota, che cercarono anche un chiarimento con il Ministero. Il chiarimento si ottenne quando si spiegò che l'aggiunta arbitraria della parola "Origine", non presente nella dicitura veronelliana, aveva dato luogo a equivoci e a mala interpretazione; ribadito che non si tratta di un marchio di qualità, bensì di una certificazione a livello notarile, da quel momento non si registrarono più opposizioni.

I sindaci possono deliberare del tutto tranquilli.

Iniziava così anche quel percorso per cui la DE.CO. poteva e può divenire strumento di valorizzazione e marketing territoriale e soprattutto utile mezzo per censire le produzioni caratteristiche locali.

Attualmente la diffusione spazia da nord a sud tanto che sempre di più rappresentano lo strumento con cui un territorio e la sua comunità possono, da un lato tutelare le proprie produzioni, dall'altro avviare un processo di sviluppo territoriale eco-sostenibile.

È importante e interessante evidenziare che la DE.CO. oggi può essere considerata come una sorta di marchio collettivo, dunque di proprietà del comune ma che può essere utilizzato dai singoli produttori i quali, condividendo e aderendo a un "disciplinare di produzione" e al "regolamento comunale" - dimostrando così di possedere tutte le

caratteristiche stabilite - possono iscriversi al “registro dei produttori”.
Nei disciplinari di produzione e nei regolamenti comunali, però, non si parla mai di "prodotto tipico" o di "prodotto di qualità": sono elementi questi che rispecchiano la normativa specifica comunitaria nella quale il prodotto DE.CO. non può identificarsi a tutti gli effetti.
Per alcuni la DE.CO. è solo una mera delibera comunale che, una volta statuita, non ha più alcun seguito: sono, infatti, centinaia in Italia le DE.CO. soltanto nominali e fittizie. Se ben utilizzata, invece, la DE.CO. è un vero e proprio **strumento di marketing** e deve, dunque, essere visto come risorsa reale e concreta: l’operazione che determina una DE.CO., non a caso, individua la presenza di prodotti con un forte legame al territorio, prodotti che grazie a tale processo escono dall'anonimato mostrando e sfruttando tutta la loro valenza identitaria.

**Tappe della DE.CO. in breve**

1999 Luigi Veronelli lancia l’idea, a salvaguardia delle produzioni contadine e in nome di un rapporto nuovo dell’uomo con la terra. Di qui, lo slogan «patteggiare con la terra». I sindaci hanno a disposizione uno strumento nuovo e “rivoluzionario” per la difesa e la valorizzazione reali dei prodotti del territorio che amministrano.
2001 Il Parlamento italiano approva la Legge Costituzionale n. 3 che abilita i Comuni ad intervenire e legiferare in materia agricola.
2002 Viene redatta la prima delibera della Denominazione Comunale, seguita a ruota da una decina di altri comuni.
2002 Sono poco meno di un centinaio i comuni che hanno applicato la Denominazione Comunale.
2004 Sono circa 400 i comuni che hanno adottato la Denominazione Comunale.
2006 Nasce ASSO.DE.CO., l’Associazione dei comuni a Denominazione Comunale che ha sede a Roma.
2007 Prima edizione del Borsino Nazionale del Turismo DE.CO. e viene presentata in Parlamento la DE.CO., con oltre 100 comuni ospiti a Roma.
2011 Nasce nel Vicentino il primo Tavolo di Coordinamento tra comuni DE.CO.
2012 Club Papillon di Paolo Massobrio organizza il primo raduno nazionale dei prodotti DE.CO.
2012 In programma a novembre a Genova l’Expodeco, il salone delle identità territoriale.

# Tipi di DE.CO.

Nonostante siano pressoché infiniti i prodotti che possono identificare una località, la DE.CO. in realtà si rivolge ad alcune categorie produttive. Ogni DE.CO. aggiunge un plusvalore; non a caso la delibera non è altro che un atto di autocoscienza da parte delle istituzioni e dell'intera comunità, effettuato su precise tipologie di prodotti:

- Su un prodotto tipico dell'agricoltura
- Su un prodotto dell'artigianato alimentare come può essere un piatto o una preparazione della tradizione
- Su un prodotto dell'artigianato che custodisce un mestiere e un antico sapere.

Denominatore comune dei tre filoni è il fatto che tutti rappresentano il fulcro di attività produttive e commerciali originarie di un territorio. I tre sopra citati sono solo gli ambiti principali perché, in realtà, la DE.CO. può essere applicata anche ad altri settori culturali: una festa, una conoscenza, un mestiere, un terreno, oppure anche più aspetti contemporaneamente sotto uniti un'unica Denominazione Comunale (un prodotto agroalimentare + una festa o un piatto tipico, ad esempio), allora in tal caso si parla di **DE.CO. multiple**.

*Fonte: comunideco.it*

Tra i vari filoni il più semplice e diffuso è quello che fa riferimento a un prodotto alimentare che identifica un paese, ma analogamente si può istituire una DE.CO. su un bene materiale (ne sono un esempio gli "infernot" che sono delle cantine particolari scavate nel tufo, deliberate a Frassinello Monferrato).

# Come ottenere la Denominazione Comunale: l'iter per istituire il marchio DE.CO.

Ogni comune può decidere di individuare e riconoscere la/le proprie Denominazioni Comunali relative a prodotti, lavorazioni o beni; come abbiamo detto, la DE.CO. altro non è che una delibera fatta dal consiglio comunale e dal sindaco.

Nel regolamento vengono descritte l'istituzione dell'apposito registro e la composizione della commissione preposta a definire le caratteristiche dei prodotti DE.CO.

A seguire, nel regolamento, vengono poi definiti anche i compiti del comune nell'attività di valorizzazione e marketing.

La seconda delibera, invece, si riferisce nello specifico a un prodotto/piatto/bene. Questo è, infatti il momento più importante, poiché il prodotto in questione verrà, dunque, censito in un albo in cui verranno riportati i produttori o gli artigiani depositari di questa realtà identitaria. Attualmente, ci sono già delle delibere campione da seguire e il cui modello si può prendere come esempio.

Sintetizzando, l'istituzione della Denominazione Comunale prevede delle fasi ben scandite, ciascuna delle quali comprende, a sua volta, delle azioni precise da svolgere: c'è, pertanto, una prima fase preventiva, seguita da una fase tecnica, concludendo con quella amministrativa.

*Fonte: comunideco.it*

**Fase preparatoria**

1. Analisi territoriale con il fine di individuare i prodotti agricoli, agroalimentari (ad esclusione di vino, olio e prodotti a marchio di tipicità, DOP, IGP, DOC, etc.) ed artigianali che hanno un forte legame con il territorio e nell'immaginario collettivo evocano quel determinato comune.
2. Realizzazione, distribuzione e valutazione di schede specifiche ai produttori per effettuare un censimento preciso.
3. Assemblee e incontri con i cittadini e i produttori sull'argomento.
4. Incontri singoli con i produttori per la redazione del disciplinare di produzione di ciascun prodotto.

**Fase tecnica**

5. Realizzazione e redazione del disciplinare di produzione per ogni prodotto DE.CO. individuato.
6. Realizzazione del regolamento comunale per l'istituzione e la gestione di ciascuna DE.CO. e di approvazione del disciplinare di produzione.
7. Realizzazione del regolamento comunale per l'uso del marchio DE.CO.
8. Realizzazione del registro/albo completo dei produttori dei prodotti DE.CO.

**Fase amministrativa**

9. Delibera di giunta per l'approvazione della DE.CO. (facoltativa), per l'attribuzione dell'incarico professionale a un esperto che curi il bilancio inerente la promozione e le azioni di marketing specifiche.
10. Delibera del consiglio comunale per l'approvazione dei regolamenti sopra citati.

## Gli strumenti attuativi

Tutte le fasi vengono effettuate dalle amministrazioni per mezzo di diversi strumenti attuativi. Nel dettaglio, tali strumenti sono:

a. Delibera del consiglio comunale
b. Regolamento per la "Valorizzazione delle attività agroalimentari e l'istituzione della DE.CO."
c. Registro dei prodotti DE.CO.
d. Disciplinare di produzione.

**a. La delibera del consiglio comunale**

La delibera contiene alcune premesse essenziali secondo le quali il comune viene individuato e definito quale ente che rappresenta la propria comunità, ne cura gli interessi e ne promuove lo sviluppo, il progresso civile, sociale ed economico

principalmente attraverso la valorizzazione dei patrimoni ambientali, territoriali e culturali propri a ciascun luogo.

**b. Il regolamento**

Il comune, sulla base dei presupposti normativi indicati nella delibera (D.lgs. n. 267/2000), ha la facoltà di assumere adeguate iniziative a sostegno del patrimonio di tradizioni relative alle attività e ai prodotti agroalimentari, degni di valorizzazione.
Il regolamento ha come scopo la protezione di tali produzioni attraverso:

- L'istituzione di un albo comunale delle produzioni agroalimentari e di un registro DE.CO.
- La creazione di un marchio DE.CO. che attesti l'origine del prodotto oltre alla sua composizione.

**c. Il registro dei prodotti DE.CO.**

Il registro DE.CO. è un documento nel quale vengono iscritti i prodotti tipici agroalimentari individuati che abbiano ottenuto la Denominazione Comunale.
Di seguito le tipologie di prodotti agricoli e agroalimentari che possono essere iscritti nel registro:

- Bevande analcoliche, distillati e liquori
- Carni fresche e loro preparazioni
- Condimenti
- Formaggi
- Prodotti vegetali allo stato naturale o trasformati
- Prodotti vegetali essiccati e conserve
- Paste fresche, prodotti della panetteria, focacceria, biscotteria, pasticceria e confetteria
- Preparazione di pesci, molluschi e crostacei
- Prodotti di origine animale
- Miele.

Ai fini dell'iscrizione di un prodotto agroalimentare nel registro è necessaria un'apposita istanza corredata da un'adeguata documentazione che evidenzi le caratteristiche del prodotto.
Requisito per l'accoglimento dell'istanza è la verifica, da parte della commissione, della presenza di tutti gli elementi contenuti nel disciplinare di produzione.
Una volta iscritti nel registro, i prodotti tipici agroalimentari possono fregiarsi della certificazione "DE.CO.", completato dal relativo numero d'iscrizione.
In tale registro vengono iscritte anche le segnalazioni relative alle manifestazioni riguardanti le attività e le produzioni meritevoli di particolare attenzione.
Per iscrivere una manifestazione nell'albo, però, è necessario che sia stata svolta nel territorio comunale per almeno due anni consecutivi (in alcuni regolamenti, addirittura

tre anni).

**d. Il disciplinare di produzione**

Il disciplinare di produzione contiene la regolamentazione specifica, riferita al singolo prodotto, dei requisiti tecnici necessari per l'ottenimento della DE.CO.

Il contenuto minimo del disciplinare di produzione, in realtà, non è esplicitato nel regolamento stilato dall'ANCI, ma si può evincere dai regolamenti di alcuni comuni che già lo hanno redatto.

Tra gli elementi richiesti per accertare la conformità sono:

- Il nome del prodotto
- Le caratteristiche dello stesso e le metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura consolidate nel tempo in base agli usi locali
- I materiali e le attrezzature specifiche utilizzati per la preparazione, il confezionamento e l'imballaggio dei prodotti
- La descrizione dei locali di lavorazione, conservazione e stagionatura.

Talvolta si fa riferimento alla "origine del prodotto", presente nel modello di regolamento dell'ANCI, ma alcuni regolamenti comunali fanno riferimento in maniera generica alla "zona di produzione".

In tutti i casi, la maggior parte delle delibere comunali esistenti indicano che:

- I prodotti agricoli devono provenire da una produzione eseguita integralmente sul territorio comunale
- I prodotti agroalimentari, dunque lavorati e derivanti dalla trasformazione di prodotti primari, devono avere una base prevalente di prodotti locali.

## La struttura organizzativa

Di seguito i soggetti competenti per l'istituzione della DE.CO.

**La commissione**

All'interno del comune vi è una commissione che decide l'ammissibilità all'iscrizione al registro DE.CO. Essa è nominata dal sindaco, nella quale sono di norma rappresentati: gli esperti del settore agro-alimentare e gli operatori economici in forma singola o associata.

Alcuni regolamenti specificano la composizione della commissione, costituita da:

- Un rappresentante del settore agricoltura
- Un rappresentante del settore artigianato
- Un rappresentante del settore commercio
- Un rappresentante dell'autorità sanitaria competente in materia alimentare

- Un rappresentante della regione (ispettorato provinciale dell'agricoltura)
- Un esperto del settore agroalimentare
- Un rappresentante dei consumatori.

La stessa commissione approva i disciplinari di produzione per la concessione della DE.CO.

**L'osservatorio comunale**

Il regolamento ANCI ha istituito un osservatorio sullo stato d'attuazione del regolamento DE.CO.

A tale osservatorio deve pervenire, con cadenza semestrale, una relazione dettagliata sulle iniziative d'attuazione delle DE.CO.

L'istituzione dell'osservatorio è prevista solo in alcuni regolamenti.

**ITER IN BREVE PER L'ISTITUZIONE DELLA DE.CO.**

Di seguito l'iter in breve per l'istituzione e l'attuazione della DE.CO. con indicati i soggetti competenti e le relative funzioni:

1. Il consiglio comunale adotta una delibera di approvazione del regolamento che istituisce:
- La DE.CO.
- Il registro dei prodotti DE.CO.
- L'albo comunale delle iniziative e manifestazioni.

2. Il sindaco nomina una commissione di esperti e operatori del settore agroalimentare.

3. La commissione:
- Redige il disciplinare di produzione (in realtà conferisce incarico a terzi - professionisti, enti pubblici o privati - e successivamente procede all'approvazione del disciplinare)
- Individua nell'ambito dell'amministrazione comunale i soggetti autorizzati ad effettuare i controlli relativi alla presenza degli elementi prescritti dai disciplinari presso i produttori che facciano richiesta di ottenimento della DE.CO., conferendo l'incarico a professionisti competenti
- Una volta effettuati i controlli, si pronuncia sull'ammissibilità dell'iscrizione di un prodotto nel registro DE.CO., attribuendo al produttore la facoltà di contraddistinguerlo con il marchio DE.CO.

# Come può essere usata la DE.CO.

I comuni, attraverso gli strumenti attuativi e la struttura organizzativa, potranno tutelare e valorizzare quei prodotti non denominati e a rischio di estinzione. Ormai siamo tutti consapevoli che il Belpaese, in tal senso, ha molto da proteggere ed è lo stesso "sistema Italia" a doversi impegnare nella difesa del made in Italy alimentare e artigianale.

Le DE.CO., inserite in una ben sviluppata strategia di marketing, possiedono un enorme potenziale: i prodotti possono essere commercializzati tramite apposite confezioni, i piatti tipici proposti nei ristoranti locali, oggetti d'artigianato promossi nelle fiere e durante le manifestazioni del territorio; questi non sono che alcuni esempi del possibile utilizzo.

A seconda, poi, del prodotto/lavorazione cui si riferiscono le DE.CO. possono creare tante opportunità preziose per incrementare la visibilità della destinazione e aumentarne il valore in termini di competitività a livello turistico.

Solo per fare un esempio, i prodotti DE.CO. possono arricchire la proposta di un pacchetto turistico che abbia un forte legame con l'aspetto enogastronomico: un itinerario alla scoperta dei sapori DE.CO., una giornata presso le cantine produttrici di vini DE.CO., una visita con possibilità di acquisto direttamente presso i produttori inseriti nell'albo, una lezione di cucina per preparare il piatto DE.CO. e via dicendo.

*Fonte: comunideco.it*

## Le DE.CO. e il mercato alberghiero

Abbiamo appena accennato ai pacchetti turistici e non a caso, infatti, le DE.CO. possono essere sfruttate anche per implementare l'offerta delle strutture ricettive presenti sul territorio.
Sicuramente i prodotti tipici possono legarsi e, di conseguenza, andare a caratterizzare molti dei servizi offerti all'interno di un hotel: dalla cena con menu completamente costituito dalle ricette della tradizione alle visite guidate nelle aziende agricole/cantine, dalle degustazioni ai corsi di cucina per i bimbi.
Queste, ma molte altre offerte più o meno creative possono essere collegate alle DE.CO. che "ripescano" dalla tradizione quegli elementi che il turista reputa un plus, un autentico valore aggiunto.

Nuove figure professionali dunque possono essere impiegate in albergo: guide esperte in enogastronomia e cultura locale, chef che insegnano l'arte culinaria della tradizione, hostess che promuovono in albergo i prodotti facendoli assaggiare e guidando il cliente all'acquisto, animatori per i bimbi.
Spesso, poi, le DE.CO. creano diverse opportunità per organizzare e svolgere eventi o manifestazioni; a beneficiarne è tutto l'indotto economico del territorio: negozianti, agricoltori, viticoltori, ristoratori e, non ultimi, gli albergatori.
Tutto il sistema, pertanto, deve sfruttare al massimo tali occasioni che riescono a portare sul territorio un importante flusso di visitatori.
Richiamando gente, le DE.CO., dunque, fungono da "specchietto per le allodole", devono essere, poi, gli imprenditori, albergatori compresi, a farsi conoscere e apprezzare dai clienti. La palla, infatti, passa in mano loro che devono saper organizzare una buona accoglienza, fornire una qualità del servizio eccellente e fidelizzare, così, il cliente. Per fare ritornare i visitatori, infatti, non bastano i prodotti DE.CO.; questi ultimi sono sicuramente utili, ma non gli unici a garantire il successo dal punto di vista turistico. Si deve creare, pertanto, una concertazione di tutte le attività presenti sul territorio: ognuna avrà le sue competenze e funzioni in modo da realizzare una destinazione appetibile e vincente. Gli albergatori, in tal senso, giocano un ruolo fondamentale poiché devono assicurare un soggiorno all'altezza dell'immagine che viene promossa di tutto il territorio.

## I vantaggi concreti

Le Denominazioni Comunali sono un efficace strumento di valorizzazione e sviluppo del territorio locale, che portano una serie di benefici contemporaneamente in più ambiti: per le aziende locali, per i cittadini, per l'intero territorio.

**Vantaggi generali:**

- Donano identità al comune
- Donano visibilità e appetibilità a livello turistico
- Portano autocoscienza e consapevolezza tra la popolazione locale
- Aiutano a rilanciare l'economia agricola del comune
- Creano posti di lavoro, sviluppando l'occupazione (soprattutto di giovani che possono trovare uno sbocco professionale coltivando e cimentandosi in "antichi mestieri")
- Migliorano l'indotto economico a livello generale: più produzioni significa più ricchezza per il comune che può investire in miglioramenti delle infrastrutture e nelle politiche di marketing.

**Vantaggi per i cittadini:**

- Aiutano a recuperare e riscoprire il senso civico e sociale d'appartenenza
- Motivano la popolazione locale ad attivarsi per valorizzare la propria realtà
- Rappresentano un valido strumento per riappropriarsi delle proprie tradizioni e costumi
- Creano un importante indotto negli altri comparti produttivi (turistico-culturale, artigianato, commercio)
- Portano un miglioramento del livello di benessere.

**Vantaggi per le aziende produttrici:**

- Contribuiscono all'aumento delle capacità produttive
- Portano ad un'economia altamente specializzata
- Migliorano la competitività sul mercato
- Creano migliori condizioni e risultati produttivi.

**Vantaggi per il territorio:**

- Creano opportunità legate a uno sviluppo eco-sostenibile
- Favoriscono la conservazione e la valorizzazione dell'intero sistema territoriale
- Portano una maggiore efficienza del sistema pubblico
- Portano a uno sviluppo del livello socio-culturale e produttivo della popolazione.

**Vantaggi per le strutture ricettive:**

- Creano opportunità per sviluppare e promuovere pacchetti ad hoc
- Aumentano i clienti della struttura in periodo di bassa occupazione
- Creano occupazione di personale favorendo l'assunzione di nuove figure professionali
- Aumentano la visibilità e la popolarità della struttura
- Creano valore aggiunto agli occhi del visitatore

- Portano un miglioramento nell'andamento generale della struttura, aumentando i ricavi tramite lo spin-off (tutto il ricavato attribuito a servizi extra: cene, degustazioni, corsi che il cliente può comprare).

*Fonte: comunideco.it*

## La DE.CO: un'opportunità di marketing territoriale

Abbiamo appena visto solo alcuni dei possibili benefici che un adeguato uso del marchio DE.CO. può portare. Senza dubbio legata a maglia stretta alla DE.CO. è la strategia di marketing territoriale che, a sua volta, può sfruttare il valore aggiunto che il marchio stesso conferisce al prodotto e, di riflesso, alla località.

L'istituzione della DE.CO., infatti, costa veramente poco e rende molto in termini di visibilità: i comuni più lungimiranti già da alcuni anni stanno agendo in tal senso favorendo così il turismo, in particolar modo quello che predilige l'autenticità, la genuinità, la sostenibilità e l'enogastronomia. Una forma di turismo che è in costante ascesa e che è da annoverare tra i trend del settore: in un mondo dove la globalizzazione la fa da padrone, infatti, stiamo ritornando al bisogno di riscoprire le nostre radici, le origini e, sull'impronta dello *slow tourism*, del vivere la vacanza con ritmi lenti e abitudini genuine, alla scoperta degli usi e costumi di ogni destinazione.

Potremmo, dunque, chiamare la DE.CO. un vero e proprio "**marchio glocal**", dove il globale e il locale possono essere visti come i due lati della stessa medaglia.

# A sostegno delle DE.CO.

Anche se non sono troppo conosciute, le DE.CO. hanno già diversi "sostenitori" che, seguendo l'esempio di Veronelli, difendono il marchio confermandone il valore e l'importanza. Sul web si possono trovare portali e siti che illustrano e spiegano l'origine e i motivi della DE.CO., raccontandone i casi di successo in tutta Italia.

## Sito Denominazionicomunali.it

Sicuramente un tributo va a Club "Papillon" di Paolo Massobrio, che organizza momenti aggregativi in tutta Italia, a vantaggio dei produttori locali ma di qualità che vivono e lavorano in luoghi spesso poco conosciuti o poco frequentati dal turismo e dal grande pubblico.

## Sito Comunideco.it

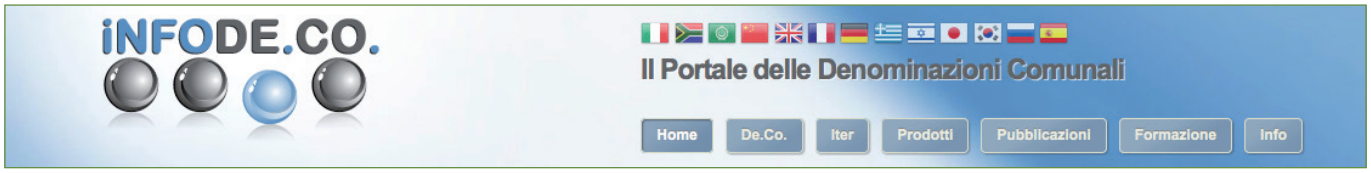
È il sito della Denominazione Comunale della Provincia di Vicenza, una delle più attive in tale ambito, che spiega le DE.CO., l'iter per istituirle, i comuni e i relativi prodotti a marchio DE.CO., la mappa dei comuni, gli eventi e le ultime notizie in merito.

## Portale Infodeco.it

Infodeco, portale sul mondo delle DE.CO., sotto l'egida di Roberto De Donno, è la realizzazione virtuale dell'idea di Veronelli. **Infodeco** si vuole porre quale luogo privilegiato per chiunque abbia interesse ad approfondire, consultare e confrontarsi sullo strumento DE.CO. Il portale permette, in maniera compatta e integrata, di:

- Approfondire la conoscenza delle DE.CO. e l'iter per realizzarle
- Avere a disposizione un archivio dei comuni italiani che hanno adottato le DE.CO. e di consultare le schede dei singoli prodotti
- Leggere news e articoli in continuo aggiornamento su tutto ciò che riguarda il mondo delle Denominazioni Comunali
- Scrivere allo staff per richiedere informazioni, per comunicare notizie o inviare materiale dai comuni che hanno adottato o intendono adottare la DE.CO.

Va ricordato inoltre che lo stesso De Donno è autore del volume: *Denominazioni Comunali - Sviluppo locale e strumenti di marketing territoriale*, pubblicato da Veronelli Editore nel 2008.



# DE.CO.: esempi virtuosi in Italia

In molte realtà comunali la DE.CO. è già un grande successo di promozione e commercializzazione, soprattutto grazie ai produttori e alle amministrazioni comunali che collaborano investendo risorse ed energie per un obiettivo collettivo: valorizzare il proprio territorio.
L'Italia è un paese piccolo ma culturalmente molto frammentato, ricco di diversità che, da apparente svantaggio, possono essere interpretate positivamente e viste come opportunità, se utilizzate come segni distintivi di riconoscibilità.
Prodotti diventati ormai famosi ed esportati anche all'estero che fanno da cassa di risonanza all'attrattività e alle altre risorse dei nostri territori.
Ecco le realtà da prendere come esempio.

## Milano

Il Comune di Milano ha fatto molto in termini di valorizzazione del proprio patrimonio culturale, attribuendo un riconoscimento a tutti quei prodotti gastronomici legati alla tradizione della città e al loro potere di evocare la sua identità.

Dai grandi classici della cucina - come la cotoletta alla milanese, l'ossobuco, il risotto, la cassoeula e il minestrone - ai piatti in via di estinzione - come i rostin negaa, i mondeghili e la barbajada. Accanto a questi, ci sono anche altri prodotti diventati nel tempo patrimonio della cucina italiana, come la leggera e croccante michetta (il caratteristico pane di Milano, che nel Lazio prende il nome di rosetta), oppure il panettone, che è rimasto ancora uno dei simboli della città meneghina.
Ricercare, proteggere e diffondere le specialità locali, questo è il compito del marchio DE.CO. che nel caso di Milano è svolto con grande successo.

## Calabria

Anche la Calabria è una delle regioni che maggiormente si è attivata in materia DE.CO., lo conferma il sito web www.calabriadeco.it in cui vengono riportati i prodotti e i borghi che si distinguono per le loro tipicità riconosciute.

### I prodotti

- Le prugne di Terranova: vengono coltivate nel comune di Terranova Sappo Minulio (RC), dette anche "prugne dei frati" poiché introdotte probabilmente sin dal '500 dai monaci benedettini celestini. Hanno un sapore dolce e vengono mangiate fresche, trasformate in confettura, secche, ma anche utilizzate per una linea di cosmetici che ne sfruttano le proprietà antiossidanti.
- L'arancia ovale di San Giuseppe (RC): tra febbraio e marzo è possibile apprezzarne i primi frutti la cui maturazione completa avviene tra aprile e maggio. Dall'arancia di San Giuseppe è possibile ottenere succhi, marmellate, miele e produzioni dolciarie.
- L'Annona di Reggio (RC): è il frutto di una pianta arborea. La sua polpa è morbida e cremosa, di colore bianco-crema e presenta un gusto dolce ed aromatico di tipo esotico simile a quello della banana, dell'ananas e di altri frutti tropicali. Tradizionalmente con l'Annona possono essere realizzati diversi prodotti dolciari come il gelato, il sorbetto, il babà, la marmellata, dessert vari.
- I fagioli di Cortale (CZ): un tipo di fagioli bianchi cannellini.
- Le graffiole di Cortale (CZ): dolcetti tradizionali dalle origini antiche particolarmente utilizzati durante le feste e i matrimoni, che richiedono una lunga preparazione.
- La seta di Cortale (CZ): Cortale non solo importante per i suoi prodotti agroalimentari, ma anche per il suo artigianato: vanta, infatti, anche l'arte della tessitura, dal baco alla seta, che si è tramandata da generazione in generazione e che forse è unica in Italia.
- Il pane di Cerchiara (CS): l'impasto realizzato con farine di grano tenero accuratamente selezionate, cui viene aggiunta la crusca, viene lavorato con lievito madre e poi cotto nel forno a legna tradizionale con mattoni refrattari.

*Fonte: calabriadeco.it*

# Un caso di successo: il vicentino

Il progresso dei comuni vicentini che hanno applicato le DE.CO. è una concreta ed evidente testimonianza di come i territori hanno saputo sfruttare adeguatamente le potenzialità della certificazione e, già oggi, rappresentano delle realtà di indiscusso successo.

Oltre al portale completamente dedicato - www.comunideco.it - le DE.CO. della provincia di Vicenza vengono supportate con attività, incontri, articoli e ancora fiere ed eventi che gravitano attorno all'argomento.

Tra i soggetti più attivi spicca sicuramente il consorzio "Vicenza è" che ha contribuito a diffondere la cultura delle Denominazioni Comunali attraverso più canali: non a caso, infatti, è ideatore e promotore del presente testo, ma anche di altri elaborati come ad esempio il Memory Kit DE.CO.

## Il Memory Kit DE.CO.

Il Memory Kit è uno strumento per guidare i turisti in un viaggio nella tradizione. Viene proposto un vero e proprio percorso nel mondo delle Denominazioni Comunali vicentine indagandone la storia a partire dalle prime DE.CO., nel 2003, quelle di Recoaro con i suoi gnocchi e la famosa acqua, passando per il masi di Marano, celebrando, poi, la diffusione delle DE.CO. vicentine anche in tv nell'anno 2009, mentre nel 2010 viene ricordata la creazione del set di cartoline dei prodotti. Passando, poi, in rassegna tutti i preziosi frutti del territorio, il Memory Kit 2011 si conclude con uno sguardo ottimista verso il futuro con la sfida di portare i

prodotti DE.CO. all'Expo 2015.

## Informazioni

La Denominazione Comunale non è un marchio di qualità, ma la carta d'identità di un prodotto, un'attestazione che lega in maniera anagrafica un prodotto/produzione al luogo storico di origine. www.comunideco.it

**Missione**

La De.Co. viene attribuita dal Comune con apposita deliberazione consigliare ed è indubbiamente legata alla produzione tradizionale del territorio

**Descrizione**

La Denominazione Comunale è nata da un'idea geniale del compianto Gino Veronelli e, ad oggi, è già stata adottata da oltre 400 comuni italiani per tutelare e valorizzare in primis la produzione tipica del mondo agricolo, ma anche i piatti della tradizione e alcuni prodotti artigianali di eccellenza.

La De.Co. quindi, pur non essendo un marchio, rappresenta un riconoscimento concesso dall'Amministrazione Comunale a qualche cosa che è strettamente collegata al territorio e alla sua collettività, senza sovrapposizione alcuna con le denominazioni d'origine.

**Informazioni generali**

Denominazione Comunale (De.Co.) è la nuova frontiera sulla quale possono operare i sindaci per salvaguardare l'identità di un territorio legato ad una produzione specifica.

## Informazioni di base

| | |
|---|---|
| Iscrizione a Facebook | 18/01/2011 |
| Posizione geografica | Vicenza, Italy |
| Prodotti | Trota di Altissimo e Formaggio di Altissimo<br>Radicchio rosso di Asigliano<br>Bussolà e trota di Cresole<br>Formajo nel pignato di Caltrano<br>Cincionela con la rava e ciliegia durona di Chiampo<br>Tarassaco e Sedano di Rubbio<br>Broccolo fiolaro e fico di Creazzo<br>Spaghi di Sant'Anna (tegoline) di Dueville<br>Riso di Grumolo delle Abbadesse<br>Farina di mais per polenta di Isola Vicentina<br>Ortaggi di Laghi<br>Maroni, noci, bucatini alla lughese di Lugo Vicentino<br>Piselli di Lumignano<br>Mele, pere, carne secca di Lusiana<br>Mais di Marano Vic.no<br>Mostarda vicentina di Montecchio Maggiore (in itinere)<br>Carota bianca delle Risorgive (Pastinaca) di Monticello C.O.<br>Composte di Montorso<br>Patate e fagioli di Posina<br>Gnochi con la fioreta di Recoaro<br>Gnocchi di Selva di Trissino<br>Patata del Monte Faldo<br>Patate di Rotzo<br>Gerolimino di Santorso<br>Formaggio castelgrotta, vino ascledum durello, formaggi caprini di Schio<br>Patona di Tonezza<br>Bondola di Torrebelvicino<br>Asparago bianco di Marola<br>Sopressa di Valli del Pasubio<br>formaggio Verlata e Vino Clinto di Villaverla |

## Informazioni di contatto

http://www.comunideco.it

## DE.CO. vicentine anche su facebook: il potere dei social network

Accanto al sito, le DE.CO. vicentine, sfruttando il social media marketing, sono presenti anche su facebook con una pagina dedicata che diventa una valida opportunità per sviluppare contatti, inserire foto, diffondere l'immagine e svolgere tante altre attività.

## Prodotti DE.CO. della provincia di Vicenza

I prodotti vicentini che hanno ottenuto la Denominazione Comunale sono davvero numerosi e vanno a rappresentare geograficamente quasi tutto il territorio della provincia:

- Trota di Altissimo e Formaggio di Altissimo
- Radicchio rosso di Asigliano
- Avannotto di Bolzano Vicentino
- Bussolà, trota di Cresole, zucca locale e "trota alla vicentina" - Caldogno
- Formajo nel pignato di Caltrano
- Cincionela con la rava, ciliegia durona e miele di Chiampo
- Sedano di Rubbio e tarassaco - Conco
- Broccolo fiolaro di Creazzo
- Spaghi di Sant'Anna (fagiolini) e trota alla vivarese di Dueville
- Riso vialone nano e carnaroli di Grumolo delle Abbadesse
- Farina di mais per polenta di Isola Vicentina
- Ortaggi di Laghi
- Pisello nano, mandorlato, sopressa, riso di Bagnolo - Lonigo
- Maroni, noci, bucatini alla lughese di Lugo Vicentino
- Piselli di Lumignano - Longare
- Pomi, pere, carne secca di Lusiana
- Mais di Marano Vicentino
- Mostarda vicentina di Montecchio Maggiore
- Carota bianca delle Risorgive (Pastinaca) di Monticello Conte Otto
- Composte di Montorso
- Olio, Sirak e tartufo di Nanto
- Patate e fagioli di Posina
- Gnochi con la fioreta e acque minerali di Recoaro
- Patate di Rotzo
- Gerolimino di Santorso
- Formaggio castelgrotta, vino ascledum durello, formaggi caprini di Schio
- Patona di Tonezza del Cimone
- Bondola di Torrebelvicino
- Gnocchi di Selva

- Patata Monte Faldo - Trissino con Brogliano, Nogarole, Valdagno, Cornedo
- Asparago bianco di Marola - Torri di Quartesolo
- Sopressa - Valli del Pasubio
- Formaggio Verlata e Clinto - Villaverla

# Un menu tutto DE.CO.

Sapori e saperi, dunque, che caratterizzano e contraddistinguono un territorio e che possono essere protagonisti delle nostre tavole, quotidianamente reinterpretati e reinventati. Prodotti genuini e autentici che possono comporre un menu completo, dall'antipasto al dolce, seguendo ovviamente la stagionalità, proprio come quello proposto di seguito, costruito esclusivamente sui prodotti DE.CO.

## Il menu DE.CO. del vicentino

Il menu proposto esalta non solo i fattori culturali, ma anche quelli nutrizionali della sana alimentazione legata alla nostra equilibrata dieta mediterranea. Un menu che porta il visitatore a "viaggiare" non solo in un territorio ma anche in un tempo e in uno spazio senza dimensioni grazie ai sapori di prodotti autentici e originali. Prodotti che racchiudono nel loro gusto le tradizioni di un territorio, quello del vicentino per conoscere i suoi aromi e i colori che lo caratterizzano. Un modo diverso, ma altrettanto piacevole, di fare turismo. Il menu si è ispirato alle ricette contenute nel libro "Le DE.CO. vicentine – Le Denominazioni Comunali nel piatto".

*Fonte: comunideco.it*

Analogamente ogni territorio potrà usare e sfruttare i propri prodotti e ricette della tradizione per costruire interi menu per i turisti, ma anche per stimolare gli stessi cittadini a comprare i prodotti DE.CO. e rivitalizzare le antiche tradizioni locali.

**Inverno**

- Primo piatto: crema di broccolo fiolaro di Creazzo con gnocchi di polenta, guanciale salvia fritti
- Secondo piatto: bollito misto con mostarda vicentina e cren
- Dessert: pera di lusiana marinata al vin brulè con cassata di frutta secca.

**Primavera**

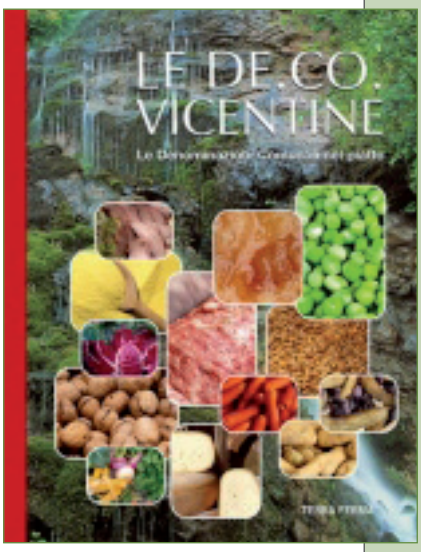
- Primo piatto: tagliatelle con piselli di lumignano e asparagi di Marola
- Secondo piatto: coniglio di san biagio con le composte di montorso
- Dessert: torta calda di pane e mele di lusiana.

**Autunno**

- Primo piatto: zuppa di marroni di Mortisa
- Secondo piatto: battuta di manzo con lamelle di tartufo nero e patate di rotzo croccanti
- Dessert: semifreddo ai marroni di lugo di vicenza su specchio al cioccolato.

**Estate**

- Primo piatto: gnocchi di patate di Posina con radicchio di Asigliano, porro e verlata
- Secondo piatto: trota di Altissimo alla vicentina
- Dessert: mousse di riso di grumolo delle abbadesse al latte con cialda alle mandorle e succo di fragola.




**Il libro**

"Le DE.CO. vicentine - Le Denominazioni Comunali nel piatto" di Francesco Soletti, edito da Terra Ferma che ha già pubblicato altri testi per il consorzio Vicenza è. Sono 26 finora i comuni vicentini citati nella pubblicazione che illustra i vari territori elencando le loro caratteristiche e poi presentando ben 40 prodotti DE.CO., cui seguono varie ricette di antipasti, primi piatti, secondi e dessert proposte da diversi cuochi. Il libro presenta anche un primo elenco di produttori e rivenditori di prodotti DE.CO. e una lista di ristoranti che li utilizzano con continuità. La pubblicazione si può trovare in vendita negli uffici Iat della provincia ad Asiago, Bassano, Recoaro, Schio, Tonezza e Vicenza.

# Il futuro delle DE.CO.

**Alcune celebri citazioni in merito alle DE.CO.**

"*Per restituire ai cittadini, agli abitanti dei comuni il loro patrimonio, il frutto della fatica di tanti anni, io vorrei che i sindaci si facessero attivi per un "certificato di origine" di ciascuno dei prodotti che nasce e che è confezionato nella loro terra*". (Luigi Veronelli)

"*Il 2010 sarà un anno particolare: è stato infatti proclamato "Anno della Biodiversità" dall'ONU, con l'obiettivo di arrestare la perdita di biodiversità biologica proprio come vuole chi garantisce la sopravvivenza dei prodotti del territorio con le Denominazioni Comunali*". (Vladimiro Riva - 2010)

Le Denominazioni Comunali costituiscono, dunque, una sorta di rivoluzione culturale nell'ambito della **salvaguardia delle identità territoriali** legate alle origini enogastronomiche e artigianali di un luogo. Esse rappresentano uno degli strumenti principali per avviare contemporaneamente sia una difesa delle specificità locali, sia un'azione di sviluppo sostenibile: entrambi fattori chiave per la crescita sociale ed economica di un territorio.

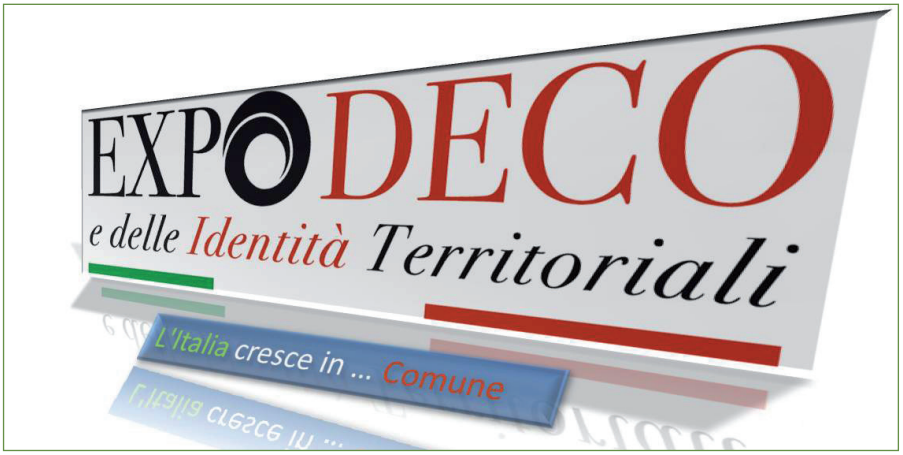
Se non interveniamo oggi, molto probabilmente non avremo, fra 10-15 anni, il nostro patrimonio culturale da trasmettere ai nostri figli e ai visitatori che arrivano sul nostro territorio per conoscerlo, viverlo e "assaggiarlo".

E se è vero che molto è stato fatto in materia di tutela delle tipicità è altrettanto vero, però, che ancora c'è molta strada da percorrere affinché le DE.CO. rientrino in una consolidata strategia di marketing territoriale.

Ci sono, comunque, tutte le premesse perché ciò avvenga e l'obiettivo futuro sarà proprio lavorare per uno sviluppo in questa direzione: la parola d'ordine, dunque, è **sinergia e cooperazione** tra imprenditori privati e amministrazioni pubbliche.

Creare occasioni e opportunità per promuovere e commercializzare massicciamente i prodotti DE.CO., realizzare eventi e manifestazioni legati al territorio, strutturare corsi e lezioni didattiche affinché i giovani si affaccino a questo mondo e si possano formare nuove professionalità, non sono che alcuni esempi di come e quanto lo sviluppo sia ancora in fieri.
Attualmente già ci sono alcuni casi di buona gestione e testimonianze del progresso in ambito DE.CO.

## Expodeco - Salone delle identità territoriali




Una manifestazione dedicata all'identità territoriale che punta alla promozione del territorio e delle sue risorse in un progetto di valorizzazione reale attento alla valenza della commercializzazione ed alla internazionalizzazione, nonché alla ulteriore valorizzazione concreta tramite la costituzione del "paniere dei prodotti di identità" a partire dai prodotti "Deco": così recita l'introduzione sul sito www.expodeco.it.
L'evento prevede la partecipazione sia di aziende, consorzi, cooperative, associazioni e soprattutto di enti pubblici (comuni, comunità montane, province, regioni, enti parco, distretti agroalimentari e distretti rurali, gruppi di azione locale, agenzie di sviluppo) interessati a favorire la diffusione dei prodotti locali e l'immagine del proprio territorio. All'interno della manifestazione fieristica vengono organizzati convegni e incontri tematici, meeting con la stampa di settore, oltre a degustazioni guidate dei prodotti. Inoltre si svolge la selezione dei prodotti ad identità territoriale maggiormente rappresentativi e con maggiore attrattività e capacità di creare business per costituire il "paniere delle identità territoriali" quale elemento propedeutico per l'Expo 2015. Expodeco è già stato avviato a partire da novembre 2011 con eventi itineranti concentrati in 4 aree del Paese; l'evento fieristico si conclude a novembre 2012 presso la Fiera di Genova.

## Golosaria

Golosaria è una rassegna di cultura e gusto promossa da Club di Papillon. Un evento per celebrare i migliori produttori artigianali d'Italia, accuratamente selezionati. L'appuntamento che si svolge in autunno, a Milano e a Torino e in primavera nel Monferrato mette in mostra le eccellenze gastronomiche: paste, sughi, formaggi, salumi, dolci artigianali, birra, cioccolato e i 100 migliori vini d'Italia, i Top Hundred.
L'edizione primaverile di Golosaria in particolare è una rassegna itinerante che ha lo scopo di portare in tour i gusti e i sapori tipici.
Da Golosaria è nato anche il sito www.italiadigolosaria.it, con approfondimenti sul Monferrato e il Mantovano e gli itinerari che il Club di Papillon realizza girando l'Italia all'insegna del turismo enogastronomico.

## In Puglia corsi di formazione per le DE.CO.

Le Denominazioni Comunali diventano anche un ottimo mezzo per creare occupazione e nuove professionalità.
Tuttavia, per lavorare in questo settore occorrono competenze e preparazione ed è per tale motivo che è stato organizzato un progetto di "**Marketing territoriale attraverso le De.Co.**", vero e proprio **corso di formazione** sulle Denominazioni Comunali realizzato in Puglia.
Rivolto a 18 allievi, il corso si propone l'obiettivo di formare una figura professionale esperta nel marketing territoriale, in grado di operare per la valorizzazione del territorio attraverso la certificazione e la promozione dei prodotti tipici locali.
L'azione formativa prevede una durata complessiva di 600 ore, di cui 375 di aula, 40 di stage extra-regionale e 185 di stage regionale.
I corsisti hanno avuto la possibilità di frequentare le lezioni tenute dai docenti esperti, incontrando anche agronomi e coltivatori che hanno portato la loro esperienza diretta.
Lo stage extra-regionale, invece, è stato svolto a Vicenza, in collaborazione con il Consorzio Vicenza è. Qui i ragazzi hanno visitato diversi comuni vicentini che hanno adottato le DE.CO. come strumento di marketing territoriale e hanno conosciuto prodotti come il "radicchio rosso" di Asigliano Veneto, il "broccolo fiolaro" di Creazzo,

il “riso grumolo delle Abbadesse”, la “carota bianca” di Monticello, il “mais marano”, gli “gnocchi con la fioreta” di Recoaro Terme, ecc.

In tal modo, i corsisti preparati potranno diventare esperti del settore e trovare una posizione altamente specializzata in varie realtà lavorative, dando il proprio contributo per la diffusione delle DE.CO. e per le attività di marketing territoriale.

*Il gruppo di studenti del primo stage del corso. Fonte: comunideco.it*

# Conclusioni

È fuor di dubbio che la DE.CO. è molto più di una semplice delibera, diventa, infatti, un mezzo innovativo che restituisce agli abitanti le ricchezze del loro territorio e ai turisti la vera essenza del viaggio, ovvero un'autentica e onnicomprensiva scoperta della destinazione.

La Denominazione Comunale consente di mantenere viva la memoria storica di un luogo e di far conoscere ciò che non potrà mai essere imitato; in tal modo ogni comunità è un universo a sé che nessuno potrà confondere né appiattire.

La vera "miniera d'oro" del nostro Paese è, infatti, costituita dalla grandissima ricchezza di culture, di usi, di tradizioni che si possono incontrare negli oltre ottomila comuni di ogni parte d'Italia.

La continuità del progetto DE.CO. dipenderà, dunque, molto dalla capacità di coinvolgere i cittadini, i produttori presenti sul territorio, le organizzazioni del settore, gli enti pubblici e tutti gli altri interlocutori utili e necessari, con l'obiettivo di **recuperare l'identità dei territori, rendendone il più possibile evidenti e sincere le peculiarità**.

# 10 consigli pratici rivolti agli operatori per sfruttare le DE.CO. in albergo

Siamo giunti al termine della nostra panoramica sulle DE.CO. Per concludere, vogliamo fornire suggerimenti pratici indirizzati in modo specifico agli albergatori.
Una volta fatte entrare le DE.CO. in hotel, dunque, come fare ad ottimizzarne l'utilizzo? In realtà tante e svariate sono le modalità e le idee, dalle più creative alle più semplici e basilari, da introdurre nelle offerte, ma anche nei servizi dell'albergo.
Noi ve ne suggeriamo 10 dalle quali partire.

1. Create pacchetti. Soggiorni tematici all'insegna dell'enogastronomia, alla scoperta del territorio, week-end creati ad hoc in periodi di bassa occupazione per destagionalizzare. Sfruttate, poi, le fiere legate all'enogastronomia per realizzare proposte collaborando con i ristoranti, le aziende agricole e le cantine della zona.
2. Create eventi. Dalle degustazioni periodiche che seguono la stagionalità dei prodotti alle serate enogastronomiche a tema. La cena con un menu costituito dalle ricette in cui l'ingrediente principale è l'asparago bianco di Marola, quelle completamente realizzate con prodotti a km 0, altre durante le quali avrete invitato esperti enogastronomi/enologi a spiegare e illustrare prodotti e cultura locale, fino a quelle con gli chef rinomati che declineranno i prodotti usandoli nelle loro creazioni.
3. Utilizzate le DE.CO. sul web. Potreste creare una sezione del sito sui prodotti DE.CO. e implementarlo con i link delle associazioni locali per ottimizzarne, tra l'altro, l'indicizzazione. Inserite sulla vostra pagina facebook album fotografici sulle serate enogastronomiche DE.CO., create concorsi a premi, create eventi da pubblicizzare sul social network.
4. Impiegate le DE.CO.diversificandone l'uso a seconda del target di riferimento: per i bimbi proponete, ad esempio, la merenda sana del pomeriggio con le mele della Lusiana, impegnateli organizzando i pop-corn con il mais di Marano Vicentino, per i cicloturisti proponete il tour dei Colli Berici prevedendo delle tappe nelle varie cantine, per i senior, invece, il corso di cucina in cui ogni giorno verrà realizzata una ricetta diversa dagli "gnochi con la fioreta" di Recoaro alla crema di fagioli

di Posina.

5. Prevedete nella hall un corner o una vetrinetta per l'esposizione e la vendita dei prodotti DE.CO.
6. Create un concorso (magari fotografico, oppure culinario) il cui premio sarà un cesto con prodotti DE.CO. oppure una degustazione per due persone presso un'azienda agricola della zona.
7. Realizzate il vostro regalo di benvenuto, che potrà essere una confezione con prodotti DE.CO. (vasetti con la composta di verza di Montorso, con la mostarda vicentina, sacchetti con le noci di Lugo e altri con il riso di Bagnolo di Lonigo) e un depliant in cui vengono illustrate proprietà, origini e ricette.
8. Pensate che anche il set di cortesia può essere a marchio DE.CO. se shampoo, bagnoschiuma saranno fatti con prodotti naturali.
9. Organizzate escursioni alla scoperta degli antichi mestieri che permettano ai vostri ospiti di scoprire la cultura locale.
10. Collaborate con le aziende locali per realizzare un circuito DE.CO., proponendo settimane/soggiorni tematici (sempre a seconda della stagionalità dei prodotti), inviare giornalisti e addetti stampa che possano portare visibilità a tutta la destinazione.

*****

VICENZA

Via Montale 25 · 36100 Vicenza · Italy
Tel. +39 0444 994770 · Fax +39 0444 994779
info@vicenzae.org
www.vicenzae.org

Team work

Via Macanno 38/G · 47923 Rimini · Italy
Tel. +39 0541 57474 · Fax +39 0541 59980
info@teamwork-rimini.com
www.teamwork-rimini.com