

# LE PICCOLE ITALIE DEL GUSTO PER EXPO 2015

Scopriamo insieme le piccole Italie del gusto pronte per l'Expo 2015.

*Accanto alle grandi città d'arte, alle nostre terre d'excellentia, all'EXPO di Milano ci sono anche tante piccole Italie che sono minori, ma non per questo meno importanti, che vale la pena di valorizzare. È per questo che sei località coraggiose si sono unite in un progetto coinvolgente.*



Questo progetto ci ha coinvolto anche emotivamente, in quanto rispecchia anche la mission del nostro Polo del Weekend Premium. Nato dalle affinità di alcune località che s'incontrano di solito al festival delle Tipicità, ideato da Angelo Serri, che si svolge ogni anno nelle Marche, ora le Piccole Italie avranno un'ulteriore spinta dall'energia di Mara Cernic, eletta presidente, ma anche vicepresidente della provincia di Gorizia.



**Presidente, le è piaciuto il nostro titolo LE PICCOLE GRANDI ITALIE?**

Mi sembra una buona idea! A patto che la parola "grandi" sottintenda che grandi sono i cuori delle persone e le anime dei territori. Le Piccole Italie sono questo: piccoli territori della nostra grande penisola che però hanno una forte identità nel senso di legame con il territorio, la terra, l'agricoltura e con le tradizioni profondamente radicate nel vissuto collettivo.

## **Siete presenti all'Expo?**

Le Piccole Italie saranno presenti all'Expo in quanto vi parteciperanno i territori che le compongono, ma promuoveranno anche il brand Piccole Italie.

## **Quando e come è iniziato questo progetto?**

Inizia due anni fa a Tipicità, quando alcuni dei territori partner di Tipicità – primo tra tutti il comune di Fermo con l'assessore Manuela Marchetti – decidiamo di metterci in rete per farci conoscere fuori dai nostri singoli territori di appartenenza. Tipicità ha evidenziato come la diversità possa unire e non dividere, perché le esigenze – cioè la riconoscibilità di una terra, la ricerca dell'eccellenza del prodotto, la voglia di lavorare insieme – erano comuni a noi tutti. Dal 2013 quindi abbiamo iniziato a partecipare in modo congiunto a diverse manifestazioni, che avevano come comune denominatore la promozione del territorio e dei prodotti tipici locali. Abbiamo realizzato un sito internet ed anche una prima brochure di presentazione. Per il Natale 2014 abbiamo anche realizzato un primo paniere di prodotti delle Piccole Italie, che è stato distribuito a diversi stakeholder dei vari territori e ha avuto un riscontro positivo

## **Perché ci crede, tanto da diventarne la Presidente, nonostante i suoi tanti altri impegni, fra cui la vicepresidenza della provincia di Gorizia?**

Ci credo perché sono fermamente convinta che la valorizzazione delle identità locali sia imprescindibile in un mondo globalizzato dove tutto è uguale, nel quale non esistono differenze. Mi ha colpito una frase che rende molto bene il sentire del nostro tempo: oggi conosciamo il prezzo di ogni cosa e il valore di nessuna. Piccole Italie promuove i valori

dei singoli territori.

### **Quali sono gli obiettivi?**

L'aumento della visibilità e della riconoscibilità di ogni singolo territorio, l'aumento della riconoscibilità della qualità dei prodotti di eccellenza dei vari territori.

### **Obiettivi che coincidono con quelli turistici?**

Questi sono "anche" obiettivi turistici. L'aumento delle presenze in termini di pernottamenti grazie al marchio Piccole Italie è un obiettivo molto concreto. Proprio in questo periodo stiamo mettendo appunto una strategia turistica, che unisca la Calabria e la Sicilia con la Venezia Giulia e il Veneto. Il Monferrato è un territorio unico che è un valore aggiunto di per se stesso. Le Marche in centro Italia sono un ottimo punto di arrivo, o passaggio, comunque si attraversa l'Italia da sud a nord o al contrario.

Quindi obiettivi turistici possono essere anche i prodotti locali? Certo, contengono le conoscenze agricole che si tramandano da generazioni e contengono il sapore, l'odore della terra e le influenze del clima in quella precisa area geografica. Contemporaneamente racchiudono in sé il rispetto per l'ambiente e l'uso sostenibile delle risorse naturali.

### **Pensate di accrescere il numero delle Piccole Italie?**

Sì, ci pensiamo spesso. Il nostro è un club aperto, la cosa importante è la condivisione della filosofia che unisce territori molto diversi tra di loro.

## **Cosa tiene unite e collegate le Piccole Italie?**

Indubbiamente le persone. Prima di essere un club o un marchio siamo un gruppo di persone che condividono una visione dello sviluppo del territorio. Il centralismo che pervade in questo momento la scena politica italiana è un fenomeno molto preoccupante, è un movimento contrario e contrastante le peculiarità di ogni singolo territorio. La globalizzazione dei mercati e, oggi anche di tutto il resto, non riesce a governare una società con un grado di complessità così elevato. Avremmo bisogno di movimenti che sostengono, promuovono e armonizzano tra di loro le differenze culturali, sociali ed economiche che andranno ad accentuarsi sempre di più.

---

## **LE PICCOLE ITALIE DEL GUSTO PER EXPO 2015**

*Accanto alle grandi città d'arte, alle nostre terre d'excellentia, all'EXPO di Milano ci sono anche tante piccole Italie che sono minori, ma non per questo meno importanti, che vale la pena di valorizzare. È per questo che sei località coraggiose si sono unite in un progetto coinvolgente*



Questo progetto ci ha coinvolto anche emotivamente, in quanto rispecchia anche la mission del nostro Polo del Weekend Premium. Nato dalle affinità di alcune località che s'incontrano di solito al festival delle Tipicità, ideato da Angelo Serri, che si svolge ogni anno nelle Marche, ora avrà una ulteriore spinta dall'energia di Mara Cernic, eletta presidente, ma anche vicepresidente della provincia di

Gorizia.



**Presidente, le è piaciuto il nostro titolo LE PICCOLE GRANDI ITALIE?**

Mi sembra una buona idea! A patto che la parola “grandi” sottintenda che grandi sono i cuori delle persone e le anime dei territori. Le Piccole Italie sono questo: piccoli territori della nostra grande penisola che però hanno una forte identità nel senso di legame con il territorio, la terra, l’agricoltura e con le tradizioni profondamente radicate nel vissuto collettivo.

**Siete presenti all’Expo?**

Le Piccole Italie saranno presenti all’Expo in quanto vi parteciperanno i territori che le compongono, ma promuoveranno anche il brand Piccole Italie.

**Quando e come è iniziato questo progetto?**

Inizia due anni fa a Tipicità, quando alcuni dei territori partner di Tipicità – primo tra tutti il comune di Fermo con l’assessore Manuela Marchetti – decidiamo di metterci in rete per farci conoscere fuori dai nostri singoli territori di appartenenza. Tipicità ha evidenziato come la diversità possa unire e non dividere, perché le esigenze – cioè la riconoscibilità di una terra, la ricerca dell’eccellenza del prodotto, la voglia di lavorare insieme – erano comuni a noi tutti. Dal 2013 quindi abbiamo iniziato a partecipare in modo congiunto a diverse manifestazioni, che avevano come comune denominatore la promozione del territorio e dei prodotti tipici locali. Abbiamo realizzato un sito internet ed anche una prima brochure di presentazione. Per il Natale 2014

abbiamo anche realizzato un primo paniere di prodotti delle Piccole Italie, che è stato distribuito a diversi stakeholder dei vari territori e ha avuto un riscontro positivo

**Perché ci crede, tanto da diventarne la Presidente, nonostante i suoi tanti altri impegni, fra cui la vicepresidenza della provincia di Gorizia?**

Ci credo perché sono fermamente convinta che la valorizzazione delle identità locali sia imprescindibile in un mondo globalizzato dove tutto è uguale, nel quale non esistono differenze. Mi ha colpito una frase che rende molto bene il sentire del nostro tempo: oggi conosciamo il prezzo di ogni cosa e il valore di nessuna. Piccole Italie promuove i valori dei singoli territori.

**Quali sono gli obiettivi?**

L'aumento della visibilità e della riconoscibilità di ogni singolo territorio, l'aumento della riconoscibilità della qualità dei prodotti di eccellenza dei vari territori.

**Obiettivi che coincidono con quelli turistici?**

Questi sono "anche" obiettivi turistici. L'aumento delle presenze in termini di pernottamenti grazie al marchio Piccole Italie è un obiettivo molto concreto. Proprio in questo periodo stiamo mettendo appunto una strategia turistica, che unisca la Calabria e la Sicilia con la Venezia Giulia e il Veneto. Il Monferrato è un territorio unico che è un valore aggiunto di per se stesso. Le Marche in centro Italia sono un ottimo punto di arrivo, o passaggio, comunque si attraversa l'Italia da sud a nord o al contrario.

Quindi obiettivi turistici possono essere anche i prodotti locali? Certo, contengono le conoscenze agricole che si tramandano da generazioni e contengono il sapore, l'odore della terra e le influenze del clima in quella precisa area geografica. Contemporaneamente racchiudono in sé il rispetto per l'ambiente e l'uso sostenibile delle risorse naturali.

### **Pensate di accrescere il numero delle Piccole Italie?**

Sì, ci pensiamo spesso. Il nostro è un club aperto, la cosa importante è la condivisione della filosofia che unisce territori molto diversi tra di loro.

### **Cosa tiene unite e collegate le Piccole Italie?**

Indubbiamente le persone. Prima di essere un club o un marchio siamo un gruppo di persone che condividono una visione dello sviluppo del territorio. Il centralismo che pervade in questo momento la scena politica italiana è un fenomeno molto preoccupante, è un movimento contrario e contrastante le peculiarità di ogni singolo territorio. La globalizzazione dei mercati e, oggi anche di tutto il resto, non riesce a governare una società con un grado di complessità così elevato. Avremmo bisogno di movimenti che sostengono, promuovono e armonizzano tra di loro le differenze culturali, sociali ed economiche che andranno ad accentuarsi sempre di più.