



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA
Dipartimento di Economia

in collaborazione con



Prodotti, territorio e tipicità: la valorizzazione economica dei beni immateriali

Workshop internazionale

Parma, 12 maggio 2014

AULA K7

L'eccellenza dei prodotti alimentari e delle pratiche gastronomiche ha permesso a numerose regioni europee di conquistare una solida e riconosciuta reputazione internazionale, rendendo possibili significativi processi di crescita economica e sviluppo sociale.

La capacità competitiva dei settori produttivi appare ancora molto robusta, sebbene l'emergere di paesi concorrenti abbia iniziato a porre concrete difficoltà. Da una parte è ipotizzabile una crescente tensione competitiva sulle materie prime, dall'altra è realistico attendersi che i paesi emergenti possano progressivamente impossessarsi dei "segreti" tecnici dei processi di lavorazione.

Del resto, il rilevante fenomeno della "copiatura" dei prodotti (tra cui molto importante è quello dell'*Italian Sounding*) mostra come i mercati accolgano differenti forme di concorrenza e

di come i consumatori siano esposti, prima ancora che al gusto dei beni, al fascino evocato da un determinato “made in”.

Si tratta di fenomeni che contengono evidenti fattori di rischio che nessuna politica di protezione (Denominazioni di origine) è in grado di valorizzare sino in fondo. Tenendo peraltro conto l'ipotesi del tutto anacronistica di accompagnare la crescente domanda di determinati prodotti tipici – per definizione legati alla territorialità delle materie prime – con l'ampliamento illimitato delle superfici agricole.

Tutto ciò sembrerebbe minare alla radice l'equivalenza stretta tra territorio, materia prima e prodotti trasformati: in sintesi, tra *terroir* e tipicità.

In realtà, la reputazione dei prodotti tipici non è composta solo di elementi materiali (genuinità, gusto, ecc.) ma anche di specifiche componenti immateriali: il nome, la storia, la tradizione, il mito; fattori che costituiscono il valore positivo del *Country-of-Origin Effect*. Prima ancora che dall'appagamento sensoriale dato dal consumo, è la miscela di immaterialità (simboli e miti) a spingere il consumatore ad acquistare un determinato bene, il cui solo possesso rappresenta elemento di distinzione sociale.

Tra gli obiettivi principali del Workshop vi è dunque la realizzazione di un confronto sulle modalità culturali, scientifiche e operative con cui valorizzare i patrimoni immateriali¹ legati all'alimentazione in una prospettiva geografica comparata (europea, ma non solo) e nell'ambito di un programma di cooperazione tra enti accademici, centri di ricerca, istituzioni politiche ed economiche.

Un confronto delle esperienze di ricerca e di lavoro già sviluppate e una riflessione sulle prospettive future, tanto nell'ambito della ricerca storiografica quanto degli interventi concreti per trasformare la valorizzazione del patrimonio immateriale in un *driver* dello sviluppo economico e sociale.

Il Workshop parmense di maggio diventerà anche il luogo in cui le Università di Parma, Bordeaux 3 “Michel de Montaigne”, Tours “François Rabelais” e Adelaide daranno vita a FHNET/REPAL (FOOD HERITAGE NETWORK – RÉSEAU PATRIMOINE ALIMENTAIRE – RETE PATRIMONIO ALIMENTARE), una rete di collaborazione, aperta all'adesione di altre istituzioni, che avrà l'obiettivo di catalizzare le iniziative e le buone pratiche in materia di studio e valorizzazione del patrimonio alimentare e di sviluppare progetti di ricerca e intervento congiunti da realizzare a differenti scale geografiche (regionali, nazionali, continentali, internazionali).

FHNET/REPAL avrà stretti rapporti di collaborazione con la Cattedra Unesco “Sauvegarde et valorisation des patrimoines culturels alimentaires” dell'Università di Tours e ricercherà rapporti di collaborazione con le istituzioni dei propri rispettivi territori regionali, oltre che altre istituzioni economiche.

¹ Il riferimento è all'art. 2 della Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale adottata dall'Unesco nel 2003, che definisce i patrimoni culturali immateriali come: “le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il *know-how* – come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi – che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale. Questo patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia e dà loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana”.

Programma

Lunedì 12 maggio

① 10:00 – 12:30

Saluto di **Luca Di Nella** (Direttore del Dipartimento di Economia)

Tavola rotonda *La valorizzazione economica dei beni immateriali*

Christophe Bouneau, Corinne Marache e Philippe Meyzie (Université "Michel de Montaigne" - Bordeaux 3)

Jean-Pierre Williot (Université "François Rabelais" - Tours)

Giovanni Ceccarelli, Maura Franchi, Alberto Grandi, Alberto Guenzi e Stefano Magagnoli (Università di Parma)

Alessandra Cantagalli (Università di Bologna)

② 14:30 – 17:00

Discussione del programma FHNET/REPAL (FOOD HERITAGE NETWORK – RÉSEAU PATRIMOINE ALIMENTAIRE – RETE PATRIMONIO ALIMENTARE): strategie e progetti futuri.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

Dipartimento di Economia

en collaboration avec



Produits, terroir et typicité: la valorisation économique des biens immatériels

Workshop international

Parme, 12 mai 2014

SALLE K7

L'excellence des produits alimentaires et des pratiques gastronomiques a permis à de nombreuses régions européennes de conquérir une réputation internationale solide et reconnue, en rendant possibles des processus significatifs de croissance économique et de développement social.

La capacité compétitive des secteurs productifs apparaît encore très robuste, bien que l'émergence de pays concurrents ait commencé à poser des difficultés concrètes. D'une part, on peut supposer une tension compétitive croissante sur les matières premières, de l'autre on peut raisonnablement attendre que les pays émergents puissent progressivement s'approprier des « secrets » techniques des processus de production.

D'ailleurs, le phénomène considérable de la « copie » des produits (parmi lesquels *l'Italian Sounding* est très important) montre que les marchés accueillent différentes formes de concurrence et que les consommateurs sont exposés, avant même le goût des biens, au charme évoqué par un « made in » déjà déterminé.

Il s'agit de phénomènes qui contiennent des évidents facteurs de risque qu'aucune politique de protection (Appellations d'origine) n'est capable de prendre en compte complètement. Il faut prendre en compte d'autre part l'hypothèse, entièrement anachronique, d'accompagner la demande croissante de produits typiques – par définition caractérisés par des matières premières liées au terroir – avec l'agrandissement illimité des surfaces agricoles.

Tout cela semblerait miner à la racine l'étroite équivalence entre territoire, matières premières et produits transformés : une synthèse, entre terroir et typicité.

En réalité, la réputation des produits typiques n'est pas composée seulement par des éléments matériels (authenticité, goût, etc.), mais également par des composantes immatérielles spécifiques : le nom, l'histoire, la tradition, le mythe ; facteurs qui constituent la valeur positive du *Country-of-Origin Effect*. Avant même la satisfaction sensorielle donnée par la consommation, c'est le mélange d'immatérialité (symboles et mythes) qui pousse le consommateur à acquérir un produit déterminé dont la seule possession représente un élément de distinction sociale.

Parmi les objectifs principaux du Workshop il y a donc la réalisation d'une comparaison sur les modalités culturelles, scientifiques et opérationnelles sur la manière de valoriser les patrimoines immatériels² liés à l'alimentation dans une perspective géographique comparée

² La référence va à l'art. 2 de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel adoptée par l'Unesco en 2003, qui définit les patrimoines culturels immatériels comme: « les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel. Ce patrimoine culturel immatériel, transmis de génération en génération, est

(européenne, mais pas seulement) et sur la mise en oeuvre d'un programme de coopération entre des organismes académiques, des centres de recherches, des institutions politiques et économiques.

Une comparaison des expériences de recherche et de travail déjà développées et une réflexion sur les perspectives futures, soit dans le domaine de la recherche historiographique soit des interventions concrètes pour transformer la valorisation du patrimoine immatériel en un *driver* du développement économique et social.

Le Workshop parmesan de mai sera l'occasion pour les Universités de Parme, Bordeaux Montaigne, Tours « François Rabelais » et Adelaïde de donner vie à FHNET/REPAL (FOOD HERITAGE NETWORK – RESEAU PATRIMOINE ALIMENTAIRE – RETE PATRIMONIO ALIMENTARE), un réseau de collaboration, ouvert à l'adhésion d'autres institutions, qui aura pour objectif de catalyser les initiatives et les bonnes pratiques en matière d'étude et de valorisation du patrimoine alimentaire et de développer des projets de recherche et d'intervention communs à réaliser à différentes échelles géographiques (régionaux, nationaux, continentaux, internationaux).

FHNET/REPAL s'inscrira dans des rapports étroits avec la Chaire Unesco « Sauvegarde et valorisation des patrimoines culturels alimentaires » de l'Université de Tours et recherchera des modalités de collaboration avec les institutions de ses territoires régionaux respectifs, ainsi que d'autres institutions économiques.

Programme

Lundi 12 mai

① 10:00 – 12:30

Salut de **Luca Di Nella** (Directeur du Département d'Économie)

Table ronde *La valorisation économique des biens immatériels*

Christophe Bouneau, Corinne Marache et Philippe Meyzie (Université "Michel de Montaigne" – Bordeaux 3)

Jean-Pierre Williot (Université "François Rabelais" – Tours)

Giovanni Ceccarelli, Maura Franchi, Alberto Grandi, Alberto Guenzi et Stefano Magagnoli (Université de Parme)

Alessandra Cantagalli (Université de Bologne)

② 14:30 – 17:00

Discussion du programme FHNET/REPAL (FOOD HERITAGE NETWORK – RESEAU PATRIMOINE ALIMENTAIRE – RETE PATRIMONIO ALIMENTARE): stratégies et projets futurs.

recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire, et leur procure un sentiment d'identité et de continuité, contribuant ainsi à promouvoir le respect de la diversité culturelle et la créativité humaine ».