

## Linea AT 4.3

**Costruire e proporre un'immagine forte e unitaria del sistema Basilicata, in modo da accrescere la visibilità e la riconoscibilità della Regione –GLOBAL DESIGN-**

### **Allegato 2.1** *“prodotti, marchi e territori”*

Lucina Caravaggi  
Davide Paolini  
Cristina Imbroglini

Collaboratori:  
Valentina Azzone



## Linea AT 4.3

**Costruire e proporre  
un'immagine forte e  
unitaria del sistema  
Basilicata, in modo da  
accrescere la visibilità e la  
riconoscibilità della  
Regione –GLOBAL  
DESIGN-**

## **Allegato 2.1** *“prodotti marchi e territori”*

Lucina Caravaggi  
Davide Paolini  
Cristina Imbroglini

Collaboratori:  
Valentina Azzone



*Rif ob. 2. scegliere un'immagine adeguata all'identità contemporanea, vitale e propositiva, senza ricorrere esclusivamente al passato ed alle immagini "tradizionali" (come hanno fatto molte altre regioni meridionali) e soprattutto cercando di evitare la retorica della nostalgia. Contemporaneamente contrastare una diffusa tendenza localistica e vernacolare, che si manifesta nella proliferazione indifferenziata di marchi, iniziative e promozioni in cui tutti promuovono tutto, senza esplicitare gerarchie, criteri di giudizio qualitativo, immagini trainanti. Selezionare ed affermare i valori innovativi di un'eccellenza diffusa, potenziando le reti virtuose del coordinamento e dei criteri di qualità. Fornire esempi di comunicazione efficace che funzioni come standard qualitativo di riferimento per le iniziative locali.*

Questa ricerca muove da una sensazione già confermata dagli amministratori locali della basilicata e cioè che a fronte di una vitalità economica e di una eccellenza diffusa, manca un coordinamento in grado di costruire un'immagine unitaria e forte della

regione.

Nel Programma Regionale di Sviluppo (P.R.S.) la regione Basilicata ha infatti già da tempo individuato specifici Assi Strategici con i quali intende presentarsi nella competizione nazionale e internazionale come "Regione di qualità-Territorio di Eccellenza". (In particolare nell'ASP 1 (Potenziamento delle relazioni esterne) l'obiettivo specifico 1.3 prevede di "costruire e proporre un'immagine forte ed unitaria del sistema Basilicata").

Inoltre Il Piano Turistico Regionale (PTR) individua come elementi fondamentali della nuova metodologia di marketing turistico e territoriale della Regione le Aree di prodotto, definite come aggregazioni di risorse del territorio sulla base di elementi omogenei caratterizzanti i singoli comprensori. L'offerta turistica per "Area/Prodotto" propone un prodotto turistico ben definito, distinguibile da altre offerte simili, contraddistinto dalle peculiarità dell'area, intorno al quale si costruisce una adeguata attività "promocommerciale", attraverso la

concertazione fra soggetti pubblici e privati interessati e il rafforzamento dei “marchi d’Area/Prodotto”.

Questo problema può essere facilmente letto in riferimento ai prodotti enogastronomici assunti come esemplari di una realtà che coinvolge anche altri aspetti quali la promozione del territorio, la valorizzazione delle risorse storico-culturali (in minor misura), etc.

Tra le diverse risorse si è deciso di scegliere quella dei prodotti enogastronomici tipici per due ordini di ragioni: innanzitutto perché è sembrata essere la più significativa considerando la nuova frontiera del turismo: quella dei “turisti del territorio”, persone che si muovono con la scusa di assaggiare un prodotto nel territorio in cui viene lavorato (e scoprire quindi tradizioni, saperi, consuetudini di vita, storia), ma con il desiderio di vedere anche le città, i paesaggi, i beni culturali, etc.

Il prodotto diventa quindi l’occasione per mettere in

rete le diverse risorse presenti in un determinato territorio. Del resto tale motivazione è legata anche alla scelta del Piano Turistico Regionale che individua nei prodotti tipici un elemento di forza sul quale puntare nei prossimi anni<sup>1</sup>

La seconda motivazione risiede nella particolarità dei prodotti enogastronomici di essere una risorsa molto promossa anche sui mezzi di comunicazione non specialistici (riviste, internet, etc) e quindi di costituire un’immagine di confronto riconosciuta e riconoscibile dal tutti. La grande disponibilità di dati ha anche consentito una celere ricognizione atta a supportare la tesi di partenza.

<sup>1</sup>“Una terza componente complementare dell’ospitalità su cui la regione Basilicata può, alla pari dei beni naturali, puntare come ad un elemento di forza, sono i prodotti tipici enogastronomici. In tale senso si esprimono sia il PRS che il POR, nonché vari documenti elaborati dalla APTR in questi ultimi tre anni sulla base di riscontri oggettivi e di rapporti di fiere e manifestazioni, svolte sia in Italia che all’estero.

(...)Tutte le analisi del settore concordano nel ritenere la forza di specificità e di attrazione della componente enogastronomia inserita nell'offerta come una delle più tipiche e meno imitabili.

Per ciò che attiene a questa componente una sinergia attenta tra le politiche del turismo e le politiche perseguite in agricoltura e nella filiera agroalimentare, diviene essenziale alla luce di una corretta e coerente pianificazione.

Occorre far convergere in una strategia di co-marketing la promozione turistica con la promozione dei prodotti tipici elaborata dal competente Assessorato regionale, dai GAL del Programma Leader II, da imprese di trasformazione e ristorazione, dal sistema dell' agriturismo, vincendo la riluttanza diffusa a coordinarsi ed integrando sempre nelle aree prodotte la componente enogastronomia".

(Dal Piano Turistico Regionale)

## I prodotti enogastronomici della basilicata

# la diffusione

### **area –prodotto 1- Vulture - Alto Basento - Marmo Platano Melandro – Potenza**

prodotti: *marroncino* di Melfi, *Aglianico* del Vulture, *Acheruntina* di Acerenza *cingul* di Rionero, *Lagane chiappute* di Acerenza, noci (Castelgrande), *tartufo* (Pescopagano, Muro Lucano, Bella, Ruoti) , *caciocavalli* (valle di Vitalba), *manate* di Vaglio, capunti di genoano, *salsicce* (Piperno, Banzi, Cancellara e Palazzo), *pezzente* nei dintorni di Potenza, *pecorino* di Filiano, *olio* (Ruvo, Rapolla, Rapone, Ripacandida, Rionero, Venosa, Barile), *pomodori* (Lavello e Montemilone), *acqua minerale* (Rionero), *conigli* (Satriano).

### **area –prodotto 2 Gallipoli Cognato - Val D’Agri – Pollino:**

prodotti: *casieddu* di Accettura, Missanello, *firricieddi* della Val d’Agri, *soppressate* (Parco del Pollino), *pecorino* e *casieddu* (Moliterno) , *peperoni* di Senise, *fagioli* di Sarconi, *percolo* di S.Arcangelo, *mortadella* di Latronico, *i salumi* di Castelluccio superiore, Castronuovo di S.Andrea e Terranova di Pollino; *tomini*, *caprini*, *cacioricotta* di Montemurro e Spinoso, *rafano* della Val d’Agri, *il miele* di Castronuovo di S.Andrea e i *vini* di Senise (*Castelluccio* , *Massanova*), *Carbone* (*Coccaro*) e *Viaggiano* (*Pisani*).

### **area –prodotto 3 Maratea - Sirino**

prodotti: *tapparelle* del Lagonegrese, *soppressata* (Lauria, Lagonegro, Rivello) *mozzarella di Massa*, *padelle* (molluschi delle coste di Maratea), *anguille* (Nemoli), *melanzana rossa* e *fagioli bianchi* (Rotonda), *pizze con patate* (Sirino), *ruote di pane* (Lauria), *dolci di noci* e *rosoli* (Trecchina), *mandorlo* (Colobraro)etc.

## I prodotti enogastronomici della basilicata

# la diffusione

### **area –prodotto 4. Matera - Collina Materna**

prodotti: salumi (Montescaglioso), orecchiette e scorze di mandorle (Matera), *strascinati* (Matera), pane (Matera), *maccaruni pu cuott'* e dolce di fichi con miele (Montalbano), *purcedduzz* (Grassano, Grottole, Calandra), *pasch'nisch'* (San Mauro Forte), fusilli (Irsina), formaggi (Montescaglioso, Stigliano, Cirigliano), vini (Matera: Dragone, Falciglia, Aglianico di San Biagio), gileppi con arance stacce (marmellata di bucce d'arance, Tursi), etc.

### **area –prodotto 5. Metaponto**

prodotti: *liquirizia*, *capperi e carrube* (Marina di Nova Siri), *fragole* (Scanzano), *cocuzza logna* (Pisticci), *cotto di fichi d'India* (Bernarda), *vini* (Metaponto, Nova Siri, Roccanova).

## I prodotti DOP e IGP, i vini DOC e IGT della Basilicata

l'eccellenza

### Caciocavallo Silano (DOP)

[Reg. CE n.1263/96](#)

(GUCE L. 163/96 del 02.07.1996)



### Fagiolo di Sarconi (IGP)

[Reg. CE n.1263/96](#)

(GUCE L. 163/96 del 02.07.1996)

### Peperone di Senise (IGP)

[Reg. CE n.1263/96](#)

(GUCE L. 163/96 del 02.07.1996)



### Aglianico del Vulture (DOC)

D.M. 18/2/1971 - G.U. n.129 del 22/5/1971 (Ultima modifica D.M. 9/3/1987)

### Terre dell'Alta Val d'Agri (DOC)

(D.M. 4/9/2003 - G.U. n.214 del 15/9/2003)



### Basilicata (IGT)

DM del 09/10/1995 (GU n. 67 del 15/11/1995)

## I prodotti enogastronomici tradizionali della basilicata

Con il termine di prodotti tradizionali si intendono quei prodotti agroalimentari le cui metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura risultino consolidate nel tempo, omogenee per tutto il territorio interessato, secondo regole tradizionali, per un periodo non inferiore ai venticinque anni. (D.M. 18 luglio 2000)

Il Ministero delle politiche agricole e forestali con l'aiuto delle regioni ha stilato una lista di questi prodotti secondo i criteri sopra citati.

### 9 Carni (e frattaglie) fresche e loro preparazioni



capocollo gelatina di maiale involtini di cotenna lardo  
pancetta pezzente prosciutto crudo salsiccia  
soppressata

### 16 Formaggi

caciocavallo cacioricotta caprino casieddo o casieddu  
falagone manteca mozzarella padraccio pecorino pecori-  
no misto ricotta ricotta forte ricotta salata scamorza toma  
treccia dura



### 11 Paste fresche e prodotti di panetteria, pasticceria, biscotteria e confetteria



biscotti glassati calzoni di ceci cicerata gelatina  
dolce di maiale migliaccio mostaccioli pane di  
matera pizza con i cingoli di maiale pizza rustica  
(cazzola, scarcedda, cuzzola) ravioli sanguinaccio



### 5 Prodotti vegetali allo stato naturale o trasformati

lampascioni olive nere secche peperoni cruschi  
pomodori sott'olio rafano



## I consorzi di tutela della Basilicata

# la promozione

### i consorzi e i marchi territoriali

# 8

**Prodotti per i quali è stato attivato il Consorzio di tutela e/o la micro filiera e la produzione certificata**

Fagiolo di Sarconi (IGP)

Formaggio canestrato di Moliterno (richiesta di IGP)

Ortaggi del Pollino:

Melanzana rossa (richiesta DOP)

Fagiolo Poverello di Rotonda (richiesta IGP)

Prodotti da forno del Pollino

Salumi del Pollino

Formaggio Pecorino del Pollino

Olio del Parco delle Chiese Rupestri



# 8

**Prodotti per i quali è già stato attivato il Consorzio di tutela e/o la Microfiliera è stato adottato il disciplinare, scelto l'organismo di certificazione**



Pecorino di Filiano (DOP)



Peperone di Senise (IGP)

Vino Terre dell'Alta Val d'Agri (DOC)

Pane di Matera (richiesta di IGP)

Mele dell'Alta Val'Agri

Olio dell'Alto Sauro



Miele Lucano

Paniere prodotti tipici Alto Agri

## I consorzi di tutela della Basilicata

# la promozione

**5** **Prodotti** di nicchia per i quali è stato attivato il progetto pilota, la partnership ed è stato avviato il processo produttivo di filiera che porterà alla costituzione del Consorzio e alla definizione del disciplinare

Vino Grottino di Roccanova (IGT)

Salumi di Tricarico

Carne podolica

Caciocavallo podolico

Cereali Val Sarmento con certificazione territoriale

**5** **Prodotti** per i quali la richiesta di valorizzazione è stata inoltrata dagli Enti locali (Comunità Montana, PIT, Parco)

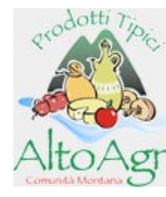
Arancia Staccia di Tursi e Montalbano (azione di recupero, tutela e valorizzazione)

Percoco bianco di Tursi (azione di tutela e valorizzazione)

Salumi di cinghiale del Pollino

Salsiccia di Cancellara

Biscotto di Avigliano

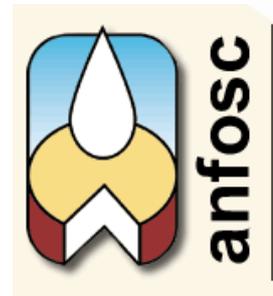


## I marchi riconosciuti dalla Basilicata

l'universo dei marchi "slegati" dal territorio

la promozione

il biologico



grovura



ISTITUTO  
MEDITERRANEO DI  
CERTIFICAZIONE

i produttori



GENERALFRUIT



le certificazioni



## I consorzi e le associazioni della Basilicata

### le associazioni e i consorzi “slegati” dal territorio

1. Anfosc (Associazione Formaggi Sotto il Cielo)
2. Associazione Apicoltori Lucani AAL
3. Associazione Provinciale Allevatori di Matera
4. Associazione Provinciale Allevatori di Potenza
5. Associazione Regionale Apicoltori di Basilicata
6. Assofruit scarl (organizzazione di produttori ortofrutticoli)
7. Consorzio O.P. del Mediterraneo (organizzazione di produttori ortofrutticoli)
8. Associazione Prodotti Tipici di Fattoria della Basilicata
9. Associazione Prov. Olivicoltori (A.P.O.) Matera
10. Libera Associazione Reg. Prod. Olivicoli (L.A.R.P.O.) Matera
11. Ass. Reg. Prod. Latte (A.R.Pro.Lat) Potenza
12. Ass. Ital. Prod. Olivicoli Della Regione Basilicata (A.I.P.O.R.B.) Potenza
13. Libera Ass. Reg. Prod. Grano Duro (L.A.R.P.G.D.) Matera
14. Associazione Produttori Cerealicoli Lucani (A.P.C.L.) Potenza
15. Associazione Produttori Latte Bovini (Prolatte Basilicata) Potenza
16. Associazione “Unione Prod. Olivicoli Lucani (U.Pr. Ol) Potenza
17. Associazione Prov. Olivicoltori (A.P.O.) Potenza
18. Associazione Prov. Olio Matera (A.P.O.M.) Matera
19. Associazione Potentina Cerealicoli (A.Po.Cer.) Potenza
20. Associazione Lucana Produttori Ovi-Caprini (A.L.P.O.C.) Potenza
21. Associazione Lucana Produttori Ovi-Caprini “Antichi Sapori Lucani” Potenza
22. Associazione Dei Produttori Ovi-Caprini “Provicap Basilicata” Potenza
23. Associazione Produttori Cerealicoli “Procereal Basilicata”
24. Prometas (associazione ortofrutticola)
25. Geagri Basilicata associazione ortofrutticola
26. Verardi associazione ortofrutticola
27. CJO Consorzio Jonico Ortofrutticoltori
28. L.U.P.O. Consorzio Lucano Produttori Ortofrutticoli
29. Apol Associazione Produttori Ortofrutticoli Lucani
30. Produttori Associati del Metapontino Pam
31. Esedra Esedra Società Consortile arl
32. Apoal Associazione Produttori Ortofrutticoli e agrumicoli Lucani
33. Associazione Produttori Ortofrutticoli Generalfruit



## eventi e fiere

## la promozione

## fuori dalla Basilicata

**2002**

“Formaggi d'autore” - Saint Vincent

**2001**

2<sup>a</sup> settimana della Basilicata in Germania - Colonia, 6-16 giugno

Cibus Med- Bari, 4-8 maggio

Vinitaly e Sol - Verona, 5-9 aprile

SANA - Napoli, 23-25 marzo

**2000**

Salone dei sapori - Milano, 2-10 dicembre

SANA - Bologna, 14-17 settembre

“Piacevole in tutti i sensi” - Roma, 1-5 giugno

Vitasana - Roma, 24-28 maggio

London Wine - Londra, 16-18 maggio

Ghiottonando (Arti, Sapori e Tradizioni) - Roma, 13-16 aprile

