



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.



Questo testo costituisce il contributo della sede locale di Palermo al PRIN 2008 il cui progetto di ricerca è stato coordinato dal prof. Nicola Giuliano Leone. Pubblicazione su fondi di ricerca PRIN 2008.

*In copertina: La Sicilia e la punta Occidentale, disegno di Nicola Giuliano Leone*

Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Ristampa	Anno
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore.

Sono vietate e sanzionate (se non espressamente autorizzate) la riproduzione in ogni modo e forma (comprese le fotocopie, la scansione, la memorizzazione elettronica) e la comunicazione (ivi inclusi a titolo esemplificativo ma non esaustivo: la distribuzione, l'adattamento, la traduzione e la rielaborazione, anche a mezzo di canali digitali interattivi e con qualsiasi modalità attualmente nota od in futuro sviluppata).

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale, possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali ([www.clearedi.org](http://www.clearedi.org); e-mail [autorizzazioni@clearedi.org](mailto:autorizzazioni@clearedi.org)).

Stampa: Tipomozza, via Merano 18, Milano.

# Indice

## Premesse

Sentire il territorio, di <i>Roberto Lagalla</i>	pag. 11
Le ragioni del territorio nel turismo, di <i>Nicola Giuliano Leone</i>	» 15
Le politiche per i beni culturali, di <i>Sebastiano Missineo</i>	» 21
La qualità nel turismo, di <i>Giacomo Tranchida</i>	» 26
Le politiche regionali per il turismo, di <i>Marco Salerno</i>	» 31
Il ruolo della formazione per il turismo, di <i>Antonio Purpura</i>	» 37
Eventi e comunicazione per il turismo, di <i>Marcella Aprile</i>	» 42
La civiltà delle protesi, di <i>Leonardo Urbani</i>	» 45

## Parte prima

### Paesaggio

I paesaggi del lavoro, di <i>Alessandra Badami</i>	» 51
Vincoli e piano paesaggistico verso il turismo, di <i>Fabio Cernigliaro</i>	» 81
Fenici a Mozia, elimi a Segesta, greci a Selinunte, di <i>Sebastiano Tusa</i>	» 86
Turismo e governo della città, di <i>Girolamo Fazio</i>	» 94
Il Museo diffuso di Erice, intervista, di <i>Pietro Messana</i>	» 98
Beni culturali e correttezza degli interventi, di <i>Sebastiano Tusa</i>	» 101

## **Parte seconda Mobilità**

La mobilità, storia e turismo, di <i>Tullio Giuffré</i>	pag. 111
La mobilità lenta, di <i>Antonino Panzarella</i>	» 120
Mobilità e ecosistemi urbani, di <i>Luca Raimondo</i>	» 136
Trasporti e logistica, di <i>Marco Dalla Vecchia</i>	» 152
Mobilità sostenibile nei territori e nelle città, di <i>Tommaso Dragotto</i>	» 155
Dal “pellegrino” turista inconsapevole al “turista” pellegrino consapevole, di <i>Antonella Italia</i>	» 159
Sulla rotta dei fenici, di <i>Antonio Barone</i>	» 162

## **Parte terza Stanzialità**

Nelle forme degli insediamenti, di <i>Carla Quartarone</i>	» 171
Comportamenti territoriali e tendenze turistiche nella punta Nord-occidentale della Sicilia, di <i>Giada Bini</i>	» 208
Servizi e stanzialità, di <i>Giulia Bonafede</i>	» 222
Stanzialità e turismo, di <i>Jean Pierre Lozato-Giotart</i>	» 237
I valori del territorio per le case di San Vito, di <i>Diego Ruggirello</i>	» 240
Le ragioni sociali dell’agriturismo, di <i>Giuseppe Vultaggio</i>	» 244
La Tonnara di Scopello, di <i>Leonardo Foderà, Rosa Maria Ruggieri Foderà</i>	» 247

## **Parte quarta Interazioni**

Identità evolutiva, tra vigne e tavole imbandite, di <i>Flavia Schiavo</i>	» 257
I valori agroalimentari del turismo rurale, di <i>Adamo Carmelo Lamponi</i>	» 273

Un'azienda agrituristica mediterranea, di <i>Giovanni Dara Guccione</i>	pag. 294
Beni culturali e turismo in continua evoluzione, di <i>Eliana Mauro</i>	» 296
Spazi per arte e turismo, di <i>Mimmo Longobardi</i>	» 300

### **Parte quinta Gestione**

Gestione e sviluppo locale, di <i>Ferdinando Trapani</i>	» 305
Il caso dell'Oasi di El Fayoum in Egitto, di <i>Fabio Naselli</i>	» 334
Il ruolo dell'ospitalità a Erice, di <i>Vincenzo Tilotta</i>	» 355
La programmazione 2007/13 del Dipartimento Turismo sport spettacolo della Regione Siciliana, di <i>Marco Salerno</i>	» 359
Musei e territorio, di <i>Valeria Patrizia Li Vigni</i>	» 369

### **Conclusioni**

Le ragioni dell'urbanistica verso il turismo, di <i>Giuseppe Imbesi</i>	» 377
Impresa e turismo, di <i>Jean Pierre Lozato-Giotart</i>	» 384
Sviluppo "glocal" o sviluppo "locaglo"?, di <i>Pasquale Persico</i>	» 393
Gli angeli di San Vito Lo Capo, di <i>Antonio Purpura</i>	» 399
Verso, di <i>Nicola Giuliano Leone</i>	» 403
<b>Profili degli autori</b>	» 409

# *Identità evolutiva, tra vigne e tavole imbandite*

di Flavia Schiavo

## **Premessa**

Sostenibilità e qualità territoriale vivono di rapporti, di reciprocità sistemiche e scambi biologici e sociali. Persone, fenomeni e territorio non sono separabili, ma interdipendenti, e tali scambi, oltre ad avere un portato biologico, determinano la storia, e vivono e si definiscono, nella storia e nel presente, attraverso comportamenti, azioni, politiche, programmazione che dovrebbero mirare verso tutela, salvaguardia, valorizzazione messa in sistema delle risorse, evoluzione, sviluppo, a partire sia dagli elementi costitutivi e chiave (come per esempio l'acqua, il suolo, l'aria...), sia dal capitale umano.

La struttura e la qualità del territorio in esame si è modificata nel tempo ed è sia fattore determinante, sia variabile dipendente dello "sviluppo" locale, coefficiente e valore economico sia reale, sia potenziale che induce, se governato, benessere, sviluppo compatibile e qualità della vita. L'ambito territoriale oggetto di studio è di particolare interesse per le caratteristiche di qualità e per presenza di eccellenze agroalimentari anche storicamente fondate che, insieme alle produzioni di vino e cibo e all'indotto generato, sono il focus di questa tranche di ricerca. L'analisi dell'evoluzione del territorio nel tempo dà la misura di quanto le trasformazioni e le occasioni, socio economiche (tra cui si annovera il turismo relazionale, legato a cibo e vino), siano dipendenti dall'intersezione e dall'incrocio tra le opportunità e i vincoli del contesto e del patrimonio con le politiche pubbliche, da un lato, come pure con le iniziative private, spesso in Sicilia autogestite in assenza di azioni di programmazione e di governo.

Il sistema agricolo siciliano, anello di quello ambientale, si trova in una situazione di assoluta criticità. Le politiche agrarie, non indagate in questa sede ma tenute come parte dell'orizzonte di riferimento, agiscono, hanno

agito, agiranno determinando – a partire dai vincoli e dalle opportunità – criticità e vantaggi, in processi che vanno governati e improntati al bene comune.

Le attività antropiche, le condizioni produttive e gli scambi commerciali con il resto del mondo, determinano, a volte, in termini di sostenibilità sociale ed economica, condizioni di estrema difficoltà. Il quadro nel suo complesso ha significativi effetti anche sull'attività agricola, in termini di azione e retroazione, e sulla relazione, profondamente mutata, tra insediamento (prima denso, ora diversamente diffuso) e “campagna”. Nonché sulle produzioni agroalimentari che incidono, tra l'altro, sull'uso del suolo e si possono opporre, tutelando il territorio e il paesaggio, alle pressioni speculative di alcune attività e degli insediamenti antropici.

Si ritiene che tale situazione critica possa nel futuro prossimo persino inasprirsi; per ragioni plurime, tra esse quelle legate alle scelte politiche, compiute alle diverse scale. Scelte che, tra l'altro, mostrano un'ulteriore carenza, oltre all'assenza di progettualità e programmazione: l'assenza di integrazione tra le differenti opzioni concepite dalle diverse autonomie sia locali, sia da quelle sovra-locali, mettendo in evidenza la crisi, e non solo in fase attuativa, della cosiddetta *governance*.

Come accaduto in altri momenti – più che varare in modo organico incentivi, norme, leggi che favoriscano e determinino sviluppo compatibile dal punto di vista ambientale – si agisce in un regime di emergenza che, per forza di cose, non affronta in termini sistemici il contesto, lo marginalizza ulteriormente. A dispetto del sistema complesso delle risorse e della ricchezza del patrimonio, la Regione Sicilia, infatti, è marginale quando potrebbe, in modo compatibile, essere estremamente competitiva; le scelte compiute, inoltre, spesso, inducono contraddizioni, come quella legata all'espianto delle viti indotto da alcune direttive di matrice europea. Attualmente, per esempio, si sta verificando un'erogazione di risorse pubbliche a sostegno o risarcimento di eventi e/o interventi passati, che tampona, ma solo in apparenza, l'emergenza economica immediata.

La lentezza della spesa in agricoltura (e i limiti dei documenti programmatici di riferimento – tra cui il Psr), la concorrenza e la relazione con altri Paesi che investono secondo una diversa prospettiva, divenendo competitivi, prefigurano un ulteriore aggravamento delle condizioni (reddituali e produttive) in ambito rurale. Va ribadito che la crisi economica in ambito agrario ha forti ricadute sull'intero contesto e sul “paesaggio”, fatto di materia, storia, cultura, soggetti in azione, abitanti.

La crisi in agricoltura determina un indebolimento del sistema territoriale: coltivare la terra, seguendo criteri biocompatibili, evitando la monocultura,

coltivando specie e varietà che producono occupazione, sviluppo, turismo, e una diversa stanzialità, coincide con un prendersi cura del sistema nel suo complesso, tutelando i luoghi e le persone che li abitano. La crisi agricola – che non va guardata come elemento a se stante – può essere, infatti, letta come parte della crisi di sistema: governo, politiche, strutture, infrastrutture, organizzazioni, logistica, competenze, imprenditorialità, interrelazioni, a tutti i livelli concorrono al degrado e al ritardo funzionale dell'intero contesto.

La realtà siciliana è caratterizzata, dunque, da innumerevoli ed estreme contraddizioni: la presenza di un *milieu* ricco dal punto di vista delle potenzialità culturali e umane, si misura con una storia problematica (tra mafia e malgoverno) che ha riguardato l'intera regione, e ha prodotto lentezza, falso sviluppo, erosione delle risorse, assenza (tranne rare eccezioni autopoietiche) di quella spina dorsale costituita dall'impresa locale, trasformazione “deregolata” degli insediamenti o guidata da strumenti poco attenti alle risorse stesse, depauperamento del patrimonio culturale, tra cui quello agrario, degli ambienti antropizzati e delle coste.

Sussistono, allora, eccellenze, paesaggistiche, culturali e imprenditoriali. Sussiste, dunque, un sistema valoriale che convive con il degrado e la rovina. Le eccellenze dimostrano, tuttavia, la presenza di potenzialità rilevanti attraverso le quali perseguire una “crescita” (ovviamente in una definizione non keynesiana) e uno sviluppo complessivo.

Oltre agli apici eccellenti relativi ad alcune imprese locali, ad alcuni prodotti enogastronomici e alle materie prime, strettamente connessi e interdipendenti dal *milieu*, sussiste una realtà diffusa assai meno visibile – potenzialmente significativa – che va riconosciuta, posta in evidenza e supportata, ripensata, rafforzandone la valenza strutturante e strutturale, riguardante sia l'imprenditoria, sia le materie prime. Obiettivo è trattare l'economia della qualità e la competitività dei territori, basate sulle caratteristiche di specificità, con particolare attenzione alle specificità agroalimentari, guardando l'intero sistema e cercando di evidenziare le mutazioni dell'uso del suolo e le “ragioni” di esse, in un arco di tempo che dovrebbe andare, orientativamente, dalla metà Ottocento ai nostri giorni – osservando il comparto vitivinicolo e la relazione di tale ambito – certamente vitale, in fase sia storica che contemporanea – con il cibo e la “cucina” di territorio. Considerando quanto il binomio vino/cibo sia determinante di identità evolutiva e sviluppo, sia elemento costitutivo della cultura materiale, in forte connessione con la matrice storica e simbolica, e sia potenziale veicolo di crescita ecocompatibile, elemento generatore di seduzione, filo su cui strutturare legami economici e sociali, e possa esprimere un'intersezione tra un globale reticolare e un locale fortemente radicato.

Occorre specificare cosa si intenda per “identità evolutiva”, in relazione all’argomento esplorato. L’identità non è un dato immutabile, sta all’incrocio fra tradizione, stratificazione e innovazione, e ancor di più in un luogo di transito e di passaggio com’è la Sicilia, parte di un vasto ambito interconnesso. Sia per quanto attiene le colture sia per i prodotti, cibo e vino in particolare, l’identità è cambiata in modo evolutivo. E ciò è da considerarsi un valore. L’introduzione di alloctoni<sup>1</sup> di vitigni non autoctoni o radicati storicamente, per esempio, ha dato una scossa alla produzione siciliana che, nel tempo, è andata specializzandosi e ha affinato tecniche, produzioni, gli esiti.

Un aspetto, tra quelli da sottolineare, è chiaramente reso da alcune cifre, che danno la misura di quanto il comparto vitivinicolo sia vivo e possa generare, ancor più se intrecciato con quello alimentare, occupazione e sviluppo. Tra i tre Paesi (a livello mondiale) che esportano vino (i valori sono espressi in migliaia di ettolitri e si riferiscono al 2005) l’Italia è al primo posto: ne esporta infatti 15.000, mentre la Spagna circa 14.000 e la Francia (che per lungo tempo è stata nazione trainante) circa 13.000.

Tra le regioni italiane la Sicilia è quella che ha maggiore superficie vitata e che per vocazione imprenditoriale (spesso abortita, ma in certe “isole” resiliente) e climatica potrebbe fondare parte del proprio sviluppo su tale comparto, inteso in sé e guardato come generatore di un’onda larga e lunga di indotto parallelo (turismo enogastronomico) e di biforcazioni interconnesse, costituite dal cibo, nuove etichette, valorizzazione della tradizione, enoteche, piccoli alberghi, agriturismi, bed&breakfast.

Non è possibile, per ragioni di spazio, dar conto e interamente di quanto, nonostante le contingenze avverse, il comparto vitivinicolo sia vivo e potenzialmente forte, in Sicilia. Basti ricordare quale sia la presenza non solo di grandi produttori, ma di un’enorme quantità di piccoli produttori di nicchia che sperimentano e propongono etichette, la cui presenza conferma quanto questo sia un comparto su cui puntare; per dare un’occhiata alla realtà locale si segnala il sito Web dell’Istituto regionale vite, vino e oli.

Riguardo alla cucina, la tradizione viene arricchita, nel tempo, da diverse introduzioni sia legate alle successive fasi storiche sia al *melting pot in progress*, così come da operazioni di recupero, da un lato, di modi di panificazione con lievito madre o il “pane scanato”, per esempio, oltre ad altre modalità di panificazione di cui si dirà più avanti, come il pane nero di Ca-

<sup>1</sup> Tra essi il Cabernet-Sauvignon, il Merlot, il Pinot noire, il Syrah, tra i rossi; tra i bianchi il Sauvignon o lo Chardonnay. Come detto più avanti, ed è questa una delle ragioni di forza della viticoltura siciliana, il carattere degli alloctoni assume nella nostra regione, una specifica qualità, data dal contesto, cioè da quell’insieme di fattori che, intersecati, danno vita a uno specifico *terroir*.

stelvestrano) o prodotti antichi (come il kamut o altre farine) e non utilizzati per molto tempo, e dall'altro viene arricchita da interventi di "alleggerimento" della tradizione medesima, dal recupero di materie prime "povere", selvatiche o desuete (come afferma Carmelo Chiaramonte, uno tra gli chef intervistati) e dall'integrazione tra ingredienti tradizionali che vengono, nelle nuove sperimentazioni, diversamente associati, dando vita a connubi inediti con etichette e vitigni di tradizione o di nuovo conio, sia in purezza sia *blend*.

Va detto che si rifugge e si guarda criticamente ad alcuni aspetti che spesso vivono di retorica, più che di concreta sostanza. Tra essi, le ombre e le luci della cucina a km 0. Questa si dovrebbe fondare sul recupero e sulla valorizzazione dei prodotti di territorio, nonché sulla valorizzazione della stagionalità, controbilanciando le spinte speculative che, a volte, virano verso la speculazione, la monocultura, la coltivazione in serra che, peraltro, rendono i prodotti privi di gusto e gonfi di fitofarmaci, quelle spinte speculative che lucrano negando quelle "regole" che hanno strutturato nel tempo patrimoni riconosciuti dall'Unesco, come la dieta mediterranea. In tal senso, allora, la cucina a km 0 dovrebbe eludere le seduzioni dello slogan e, sensatamente governata, potrebbe dar vita a interessanti filiere, sia corte che lunghe, fondate sulla seduzione del cibo o sulla distribuzione ecocompatibile di quei prodotti che, se non adeguatamente (e secondo modalità differenti dalla Gdo) distribuiti, rischiano di restare confinati in quello spazio d'élite in cui certe volte sono esiliate alcune materie prime o preparazioni derivate, che diventano, così e appunto, prodotti di nicchia. Se così fosse e se non si agisse sia tramite incentivi alla produzione, sia sulla distribuzione, si rischierebbe di vanificare lo sforzo di chi recupera materie prime, e modalità tradizionali (innovando alcuni aspetti, e mantenendone altri, identitari e fondativi) da un lato, e dall'altro di appesantire l'ambiente. Specificando in tal senso: chi volesse gustare una materia prima o un prodotto, anche incluso tra i presidi Slow food (più avanti sono indicati quelli che vengono identificati e riconosciuti in Sicilia), per esempio, sarebbe, se non fosse adeguatamente distribuito o accessibile, costretto a percorrere grandi distanze. Ciò vuol dire spreco di carburante, inquinamento e/o uso elitario del prodotto o della materia prima. Configurando un mondo di *radical chic* che consumano il maialino nero dei Nebrodi, la guastedda del Belice, un Doc o un Igt di nicchia, mentre un popolo di affamati-globalizzati fagocita prodotti e vini scadenti distribuiti dalla Gdo, diseducando il gusto, minando la propria salute, e incrementando i guadagni di multinazionali dell'alimentazione. In tal senso l'intervista a Diego Planeta è stata illuminante per comprendere alcuni passaggi relativi, soprattutto al vino, alla distribuzione di questo, al consumo, alla diffusione. In particolare Diego Planeta ha fatto riferimento alla presenza di alcuni vini

a bassissimo costo presenti nei supermercati o negli hard discount. L'ex-presidente di Settesoli promoter e fondatore di Mandrarossa, una delle punte vitali di diamante della imprenditoria locale, ha notato come la bassa qualità diffusa e distribuita nella Gdo si opponga a quella sana imprenditoria che celebra i luoghi, la tradizione locale e cerca di creare lavoro e sviluppo, anche esportando i propri prodotti, azione che, letta secondo la prospettiva del turismo enogastronomico, ha un potere seduttivo e attraente per i consumatori *outsider*.

Questo studio ha puntato a evidenziare i casi di successo che, come vedremo più avanti, generano filiere virtuose – corte, oltre a lunghe e medie – fondate sul binomio tutela/sviluppo. Si tratta di alcuni “casi” macroscopicamente presenti anche in ambito internazionale, e di altri meno “visibili”, ma presenti in modo episodico nel territorio. Il successo si basa su strategie di qualità, capacità relazionali, capitale ambientale, paesaggistico, umano e culturale. E configura una costellazione, se pur disomogenea, di *highlights* vitali.

Il fatto che si tratti di evidenze episodiche che soffrono della mancanza di sostegno alle persone e alle imprese pone in luce, da un lato, le potenzialità e le capacità creative di alcuni imprenditori, nonché le valenze territoriali e del capitale umano, sia i punti di debolezza del sistema, legati anche alla mancanza di interrelazioni indotte, alla carenza di incentivi, di leggi, di facilitazioni da parte degli apparati burocratici che dovrebbero, di contro, incentivare e favorire vitalità imprenditoriale, merito e legalità, rafforzare e implementare reti relazionali, economie interrelate – non solo di “settore” (ed è proprio in tal senso che ci si sofferma sul rapporto tra politiche agrarie, cibo/vino e turismo) – favorire la crescita, la nascita, lo sviluppo di piccole e medie imprese, fondate sui luoghi, sulle azioni degli abitanti e sul capitale sociale, sull'occupazione giovanile, e sulla valorizzazione della tradizione, sull'innovazione e sul mercato concepito in termini di ricerca di qualità e di competizione qualitativa (da questo punto di vista sono state illuminanti le interviste con R. Urso, A. Pumilia, V. Lotà). L'osservare le pratiche virtuose esistenti non mira a restituire un assetto territoriale omogeneo rispetto al quadro imprenditoriale esistente e di produzione, ma punta a guardare alcune specificità, non solo d'eccellenza. Riflettendo sulle potenzialità e sui fermenti embrionali. E a vedere come tali specificità e tali potenzialità, possano attivare un indotto interconnesso, come quello relativo al turismo e all'occupazione collegata, come ristoranti, agriturismi, enoteche, pub, piccoli centri commerciali naturali, empori in cui si vendano prodotti di territorio.

Anche in tale prospettiva il governo territoriale dovrebbe essere orientato verso l'elaborazione di politiche e azioni di programmazione e di progetto,

sinergiche e integrate che guardino al territorio nel suo complesso, considerando il sistema delle politiche agricole e territoriali, tutelando – anche tramite tali politiche – i paesaggi e i soggetti e favorendo economie che abbiano un respiro locale e globale.

Tale concetto di governo, nodale in ogni forma di sviluppo e di definizione di sistema territoriale, va delineato con chiarezza, ragionando sui concetti – a volte abusati e retoricamente utilizzati – di *governance* e sussidiarietà, riflettendo sulle autonomie locali, sulla differente connessione – mutata intorno alla metà degli anni Novanta – tra i diversi livelli di governo oggi assai meno gerarchico e piramidale. In questa *tranche* di ricerca non sono direttamente affrontate le norme e l’assetto delle politiche agricole, ma va ribadito che esse, pur essendo spesso promosse nell’ambito di strumenti di settore, sono e dovrebbero essere parte integrante e determinante delle politiche e del governo del territorio e come tali vanno pensate ed esplorate, in profonda intersezione e interrelazione reciproca – funzionale e culturale – con il sistema visto nella sua interezza.

In tal senso quando si pensi a tali politiche è necessario affermare con forza che esse siano da intendere come “componente” non distinguibile dalle politiche territoriali, economiche, sociali, ambientali, alle diverse scale e promosse dai differenti attori che agiscono la *governance* (dalle “carte” elaborate in base ad accordi planetari, alle indicazioni e alle direttive Cee, alle politiche statali, a quelle promosse in ambito locale).

Anche secondo tale prospettiva andrebbero guardate le scelte di pertinenza agraria prese in campo economico. Se l’erogazione di risorse economiche, a volte, favorisce il mantenimento dell’attività agricola e della vitalità del sistema rurale – erogazione motivata dall’esigenza di preservare la dotazione di “capitali” del territorio, l’equilibrio sociale della popolazione, la “produzione” di servizi privati (ristorazione, svago ecc.) e collettivi – a volte l’erogazione di fondi o la emanazione di principi e norme, muove forti contraddizioni che inficiano alcune delle pratiche virtuose – spesso frutto di iniziative private e autonomamente gestite.

È ovvio, date le premesse, che sussista la necessità di ridisegnare un quadro che tenga in conto gli aspetti strutturali legati alla salvaguardia delle risorse, alla compatibilità ecologica, alle economie ecocompatibili, alle pratiche virtuose autoprodotte, all’interrelazione sistemica tra settori che sono trattati come separati, ma sono invece parte di un intero, alla vitalità del sistema imprenditoriale locale visto in una chiave allargata e competitiva, alla tradizione, allo sviluppo compatibile, al patrimonio umano, sociale, e culturale.

Oltre a manifestare contraddizioni interne e mancate intersezioni, sovente tale erogazione registra alcune flessioni, si interrompe o esprime direzioni

avulse dal contesto reale e *in nuce*: il processo di governo manifesta, dunque, nodi e contraddizioni, che mettono in crisi e indeboliscono alcuni risultati e cassano alcune potenzialità, fondamentali mattoni su cui edificare sviluppo e nuova occupazione.

Come si dirà più avanti la Sicilia è caratterizzata da processi lenti e più rapidi che sono influenzati da scelte e politiche di governo, dal caso e dal ruolo forte della mafia che dirige e muove economie e soggetti politici e non. In questo contesto pur riconoscendo che spesso alcuni obiettivi si raggiungono tramite l'iniziativa privata e un *mix* di capitali pubblici e privati, va ribadito che il quadro complessivo di gestione e governo pubblico, l'emanazione e il controllo nonché l'elaborazione di strumenti di piano e di programmazione e l'erogazione di risorse, da parte della mano pubblica, costituisce elemento imprescindibile del progetto e della "resistenza" all'abbandono e al degrado. Per una corretta collocazione dei risultati dello studio e la elaborazione di indicazioni operative e normative, sarebbe necessario interfacciare le considerazioni che emergono da questa ricognizione sviluppando un'analisi profonda della struttura dell'intervento in atto, del suo stato di avanzamento, della sua efficacia/inefficacia. Tenendo conto che una visione di più lunga prospettiva a medio e lungo termine dovrebbe anche affrontare la prefigurazione di una nuova Pac e il cambiamento nelle logiche e nelle dimensioni dell'intervento nella futura programmazione, in relazione all'agricoltura e all'indotto possibile visto fuori dalle strettoie di settore. Il turismo sostenibile fondato su cibo e vino è parte, evidentemente, di tale indotto. E oltre a essere parte derivante è origine di filiere, di azioni e di esiti significativi.

In un quadro che parte dai luoghi, dal mito e dalla crisi della *governance*, ogni forma di esplorazione sull'imprenditoria locale e sulla produzione di cibo e vino andrebbe inquadrata mappando l'assetto normativo di riferimento, l'ambiente, lo stato dell'agricoltura, il rapporto di essa con gli insediamenti, in termini di pressione e interconnessioni, il patrimonio storico e artistico, la cultura enogastronomica, i prodotti di qualità, i legami esistenti e potenziali, la presenza di piccole, grandi e medie imprese locali e la loro collocazione sul mercato locale e globale, osservando con attenzione le potenzialità, anche quelle semplicemente accennate o in stadio larvale. Esaminando il senso e il carattere di un'unità che come si dirà più avanti può essere definita *terroir*, termine utilizzato in un'accezione più estesa e ampia rispetto a quella proposta in ambito enologico. E riflettendo sulle analogie tra *terroir* e paesaggio, inteso in una chiave che muove dalla Convenzione europea del paesaggio, del 2000.

La specificità del territorio è essenza – materiale e immateriale – del prodotto locale, ne determina il "sapore" e in tal senso la maggior parte del va-

lore, sia economico in senso stretto (disponibilità a pagare – del consumatore alla ricerca di un luogo che, anche attraverso il viaggio, abbia la possibilità di accedere al gusto di quel luogo, gusto che va inteso, anche, come declinazione del patrimonio culturale) sia in senso ampio, quale valore culturale o antropologico. Il “gusto” come si espliciterà più avanti è intreccio tra natura e cultura.

Il contesto è stato osservato attraverso le relazioni – la qualità ha una natura relazionale, infatti – e dunque non si enumerano le imprese o i produttori di cibo, né le iniziative, ma si cerca di capire come risorse, patrimonio, saper fare, direzioni intraprese costituiscano un *milieu* vitale. I casi esaminati sono stati scelti tra le imprese e i produttori in campo enogastronomico secondo un’impostazione metodologica che non vuole restituire una mappatura esaustiva né privilegiare le grandi imprese, quanto piuttosto le specificità di alcune di esse, la vitalità, la flessibilità, le “invenzioni” d’impresa, le filiere esistenti e quelle implementabili, i poli, la capacità di coniugarsi con il patrimonio culturale, con l’insediamento, con le persone al fine, in questo caso, di generare e attivare turismo. Tali aspetti sono stati messi fortemente in evidenza dalla ricerca e dalle interviste condotte che mostrano i soggetti e i luoghi d’impresa e di produzione non come “poli” decontestualizzati (un po’ come accadeva e ancora accade con le produzioni di beni, avulsi dal territorio, prodotti dalle industrie e dalle imprese che hanno caratterizzato lo “sviluppo” industriale al Sud, sin dagli anni Cinquanta) ma come luoghi porosi e pulsanti che innescano moti estensibili che coinvolgano gli abitanti, che siano caratterizzati da una categoria di imprenditori che superano l’idea, a volte limitata, di conoscenza prestabilita, e che hanno la capacità di immaginare oltre le semplici convenzioni e gli accreditamenti del settore. Da questo punto di vista le imprese sono state osservate non dal punto di vista dei risultati economici conseguiti, ma come fossero laboratori di sperimentazione che puntano anche sull’immaginazione e sul “sogno” inteso come matrice creativa. Come sostiene il sociologo Domenico De Masi, infatti, la creatività è un’intersezione tra immaginazione e concretezza, tra desiderio e senso pratico.

## Caccia al tesoro

L’ambito di studio, fatto di piccole e medie città, mare, saline, entroterra coltivato, tra risorse e nodi insoliti, è segnato dall’assenza di pianificazione integrata e transcalare che mobiliti le “forze” locali e dal sisma del 1968. Densità, fenomeni, strutture contraddistinguono questo territorio a due ve-

locità: quella lenta dello sviluppo, e quella – disordinata e veloce – della crescita incontrollata, non pianificata, figlia del disimpegno, dell'emergenza e della presenza mafiosa. Il contesto è fatto di enclave molto diverse, trame di un capitale culturale e naturale, ed elementi che scardinano: dispersione (secondo case), viabilità secante, detrattori (centri commerciali, edifici industriali) erodono paesaggi, spazio, tempo e occasioni alla comunità insediata che produce e si misura con una stanzialità storica, su cui si costruiva il radicamento ai luoghi, da ripensare in termini contemporanei.

Pur essendo mutato, tale territorio manifesta grande “resilienza”. Ha in sé “pratiche” da intercettare, promuovere e governare non come fossero “isole” o con una pianificazione rigida, ma con una visione di insieme che valorizzi le relazioni e integri persone e luoghi, progettazione di area vasta e a scala urbana, occasioni della UE, iniziative dei soggetti, attivando capitale sociale, coinvolgendo gli abitanti, promotori del processo di ripensamento dei luoghi che combatta “collasso”, inerzia e assenza di vitalità. Per attivare tali strategie occorre, osservando il presente, esplorare la storia, l'immaginario, le tensioni, le opportunità, riqualificando, senza consumare suolo. Incrementando le relazioni, valorizzando *best practices* esistenti e implementandone di nuove, riconoscendo “altri” sistemi di attori (le imprese, i produttori di vino, gli operatori del cibo) e di beni culturali-relazionali frutto di interrelazioni ed evoluzione (tra cui cibo e vino); “vitali” e attivi i primi, attrattivi e simbolici i secondi, identificando linee di azione legate al turismo, fonte di economie sostenibili e occasione, in contesti in cui il tasso di occupazione è più basso di circa 20 punti rispetto al Centro-Nord, specie per le donne e i giovani, e in cui il peso dell'economia sommersa è più elevato. Nell'evoluzione dei sistemi produttivi, che dal materiale virano verso l'immateriale, il turismo attiva sviluppo, “capitale sociale” e culturale, economie, “reti”, se “pensato” e attuato con una pianificazione innervata da “valori relazionali”. Soprattutto in Sicilia, ricca di potenzialità, in cerca di sviluppo e ripristino, tra “opportunità” e “vincoli” (storici e attuali) che il luogo “impone”. Misurandosi con permanenza, trasformazioni, cancellazioni, emergere di valori, nuovi e storici, il turismo, così concepito, è “contro” il consumo banale, e tende verso un “riequilibrio” del *milieu*, amplia, tutela e riscopre qualità latenti o nascoste, attivando, anche dal “basso”, buone “pratiche sociali”.

Tra “pressioni”, valori (in parte occultati), potenzialità, “luoghi”, soggetti, “azioni”, storia, natura, “seconda natura”, “armature di produzione” di “frutti” ecocompatibili, legati ai cicli naturali, biologici, culturali “identitari”, il sistema integra memoria e innovazione e riflette i transiti culturali e umani diversi (come quelli arabi, ebraici e sefarditi). Tali transiti, nelle città, sulla costa (che è stata ed è, anche in relazione al cibo e al vino, “porta” e

“strada”) costituiscono un palinsesto stratificato: che travalica ciò che si vede con gli occhi, e racconta la *koinè* culturale. Esiste, infatti, un legame tra cibo, flussi migratori, globalizzazione, mutazione degli stili, elementi dell’universo alimentare, fattori di costruzione dell’identità culturale. Tale universo<sup>2</sup> si struttura, divenendo “segno” inter e trans-culturale, sistema di comunicazione e di comportamenti: un linguaggio mobile e intersoggettivo che travalica le differenze identitarie, rispecchia struttura e rapporti sociali, valori, tabù, credenze, riti, ideologie. Cibo e vino, dunque, sono beni culturali e ambientali. Innescano relazioni, moltiplicano i valori locali, ampliano la “rete” e la rete culturale.

Lévi-Strauss (1966) descrive la cucina di una società come un linguaggio in cui si traslittera la sua struttura. In tal senso il cibo stesso è linguaggio che in Sicilia rivela un vigore strutturale (e relazionale), che ha manifestato compiutezza, fino a una certa fase della storia, oggi non del tutto esplicitata. Riflettere sul cibo, sulle materie prime, sulle “tecniche”, sulle imprese, allora, aiuta a immaginare strategie che rafforzino e articolino la struttura stessa intesa non come maglia fissa e pre-ordinata, ma come flessibile capacità di trasformarsi e agire, governare, competere, tutelare i luoghi, in consonanza con i valori e le persone. Nutrirsi è un fatto culturale e, come afferma Barthes (1974): il nutrimento non è collezione di prodotti soggetti a studi statistici, ma “è un sistema di comunicazione, un corpo di immagini, un protocollo di usi, di situazioni, di comportamenti”. Cibo e vino sono, dunque, “segni” antropici del paesaggio: un *made in Sicily* che, a dispetto del *made in Italy*, attualmente indebolito, rappresenterebbe, se sostenuto e promosso, un elemento di riequilibrio. Vino e cibo siciliani sono locali, ma non periferici, ganglio di nuova centralità mantengono la propria identità e, se esportati, attivano un valore plurale: quello economico e quello connesso all’attrazione dei viaggiatori. Inoltre pur essendo possibile il consumo in altre geografie, cibo e vino sono beni ambientali e culturali che assumono ulteriore valore se assaporati *in situ*. Nel mercato internazionale cresce la domanda di “qualità” che la Sicilia possiede. Partendo dalle risorse e rispondendo alla domanda, si attiverebbe un circuito virtuoso che consentirebbe alla Sicilia di essere competitiva nel mercato internazionale.

Il Sud e la Sicilia sono penalizzati da 40 anni di politiche controverse. Le risorse straordinarie hanno surrogato quelle ordinarie, delineando un quadro critico in cui andrebbe promosso il capitale sociale relazionale su cui anche la piccola impresa è fondata e il cui sviluppo, in Sicilia, è in ritardo rispetto al Centro-Nord. Le ragioni sono innumerevoli, endogene ed esogene: la

<sup>2</sup> Fatto di materie prime (dalle farine, agli ortaggi, ai formaggi, al pesce), riti, tecniche, vitalità imprenditoriale, soggetti, “comunità”, comunicazione.

connotazione della spesa pubblica per lo sviluppo, per esempio, è stata marcatamente assistenziale e, in fase post-bellica, la Sicilia è stata caratterizzata da investimenti nel settore dell'industria e non da politiche mirate a favorire lo sviluppo e l'impresa locale fondata sulle qualità culturali e ambientali (debolmente attuate, anche se incluse in vari studi, progetti e strumenti). Il regime dell'emergenza nella spesa pubblica, infatti, non ha consentito interventi di lungo periodo, e ha tarpato innovazione e dinamismo delle piccole imprese, dorsale dello sviluppo locale, da un lato, e dall'altro ha favorito la diffusione del capitalismo politico-criminale, organizzazione economica che si avvale della forza non legittima (le mafie) condizionando i rapporti con le istituzioni e l'azione delle stesse nell'incremento delle attività imprenditoriali che, così, non si fondano su quella competizione pacifica nel mercato economico, ma sull'uso della violenza e delle risorse politiche legali, tra cui concessioni, sussidi, appalti, producendo un adattamento regressivo dell'economia locale.

Riforma agraria e Cassa per il Mezzogiorno, inoltre, hanno prodotto da un lato bonifica dei suoli e infrastrutture e dall'altro interventi straordinari e incentivi per attrarre imprese esterne. In tal senso la Sicilia, ricca di risorse, povera di imprese locali, è diventata luogo delle esternalità e delle cattedrali nel deserto. Già dagli anni Settanta e Ottanta la regione ha fronteggiato le difficoltà crescenti dei poli industriali, promossi con il sostegno finanziario dello Stato in fase precedente, senza contare sulla piccola impresa.

Il "sistema" studiato è sottoposto a pressioni, attuali e storicizzabili, che hanno prodotto trasformazioni molto forti<sup>3</sup>. In tale chiave si riflette sull'identificazione "variabile" delle risorse, concepite come un corpus di valori e azioni interconnesse, valutandone sia la capacità attrattiva, sia quella di "muovere" pratiche e interrelazioni autoprodotte (i produttori di vino, soprattutto, sono vettori significativi)<sup>4</sup>, tramite idee e progettualità che siano

<sup>3</sup> Espansione dei nuclei; diffusione di seconde case (turismo locale di tipo "stanziale"); massiva trasformazione post-sisma del 1968 (tra straniamenti e opportunità); strade di nuovo conio, connessioni visibili tra cui la rete di strade storiche, o la ferrovia o più recenti e invasive (urbane ed extraurbane), e apparentemente meno ponderose dal punto di vista dell'impatto, ma di enorme importanza, come l'aeroporto di Birgi e gli "scambiatori" collegati.

<sup>4</sup> In quasi totale assenza di governo, politiche e incentivi, a parte alcune "deboli" iniziative che andrebbero incrementate, come le Strade del vino, le Strade del gusto, i presidi Slow food, le produzioni di vino e di olio che mettono in luce come si inneschi una vitale intersezione tra economia, sviluppo e tutela. Produrre vino di qualità attiva economie sia localmente centrate, sia di rilevanza internazionale, con dinamiche analoghe a quelle relative al cosiddetto italian style nel campo della moda e del design, campo in cui sussiste una produzione di ricchezza e identità che, spesso, bypassa l'assenza o la scarsa progettualità istituzionale, situandosi nel campo dell'auto-governo.

competenza del “governo del territorio”, che parta anche dalla “seduzione del luogo”. Il “viaggio” così inteso è disvelamento del binomio “risorse/detrattori” e occasione, per chi governi e gestisca, per i produttori, e per chi viaggi, di identificare le “seduzioni” accreditate, le potenzialità nuove, legate a modalità lente e meditative. In tal chiave, concepire cibo e vino come beni culturali, consente sia di superare il *format* dell’offerta turistica standardizzata, sia di vedere i luoghi in altro modo.

Va messo in evidenza l’impegno di alcuni “attori”, di cui si è fatto cenno, prima, tra i tanti incontrati, sono stati intervistati. Diego e Alessio Planeta, Angelo Pumilia, Carmelo Chiamonte, Roberta Urso, Giovanni Dara Guccione, Vincenzo Lotà<sup>5</sup> che hanno avuto e hanno un rapporto con il territorio, col paesaggio del cibo e del vino, con vino, pane e olio (i tre “elementi” da cui questa esplorazione è partita), con le città, medie e piccole, che “costruiscono” la punta occidentale della Sicilia.

I Planeta rappresentano la storia dell’Impresa e lo sviluppo vitivinicolo, dimostrando quanto sia intenso e biunivoco il rapporto tra cibo e vino. Alessio Planeta promuove la crescita, l’export, l’Impresa sul mercato mondiale e le politiche di promozione e comunicazione, Diego Planeta ha guidato trasformazione e crescita di Settesoli, motore di sviluppo di alcuni comuni, tra cui Menfi, la cui economia ruota intorno al vino: una grande mole di soggetti vi lavorano, 2.300 soci, circa 5.000 famiglie e il 75% degli abitanti (circa 13.000). Molte iniziative condotte (in autonomia, data l’assenza delle istituzioni, tranne rari casi) integrano produzione e turismo, e mostrano quanto Planeta e Settesoli abbiano creato “lavoro”: un indotto fatto da enoteche, wine bar, ristoranti, bar, case albergo, bed&breakfast. Grazie al vino si è tutelato il territorio, attraendo anche altre forme di turisti stanziali (tedeschi, inglesi, francesi) che hanno acquistato terra a vigneto. Planeta ha tra i punti di forza

<sup>5</sup> Diego Planeta che per lungo tempo è stato presidente di Settesoli, ha portato avanti una politica illuminata, producendo economie e lavoro in fortissima connessione con il territorio e il turismo enogastronomico; Alessio Planeta, enologo e manager leader di Casa Planeta; Angelo Pumilia chef di Casa Planeta, prepara i piatti della tradizione (alleggeriti e rarefatti) e studia l’abbinamento con i vini Planeta e Mandrarossa; Carmelo Chiamonte chef itinerante, riscopre i valori storici della cucina tradizionale, tra innovazione e permanenza e rintraccia antiche preparazioni, materie prime di nicchia, apparentemente povere, alleggerisce la tradizione e la scarnifica, riportandola verso un’essenzialità che integra con la ridondanza di alcuni piatti locali; Roberta Urso, manager e PR di Casa Planeta; Giovanni Dara Guccione, produttore di olio e proprietario di un agriturismo in contrada Bordone, ad Alia, ha innescato una feconda rete relazionale con economie locali, come alcuni piccoli ristoranti, bar, tour operator, produttori e venditori di prodotti tipici; Vincenzo Lotà, dalla metà circa degli anni Novanta sindaco di Menfi per due legislature, durante una fase di particolare crescita della casa Planeta e Settesoli e di collaborazione dell’Impresa con la pubblica amministrazione.

il *terroir*<sup>6</sup>, la continuità tra azienda, paesaggio e comunità, e i tra punti di debolezza (elementi “contro”) la carenza istituzionale. Roberta Urso promuove iniziative: Inycon<sup>7</sup>, la Foresteria, resort della Casa Planeta, le “Domeniche in vigna”, i seminari e le scuole di cucina, le visite agli impianti con degustazioni guidate. Una trasformazione dell’impresa, tra identità e recupero della tradizione, sviluppando sia le tecniche per migliorare la produzione, introducendo nuove varietà, sia la ricezione alberghiera, come Inycon House (case-albergo e piccoli alberghi a Menfi, sorti in collaborazione con il Comune), tramite scelte sostenibili (riciclo, uso di bottiglie in vetro più leggere, energie alternative), comunicazione fondata anche sul passaparola, e su canali come il *Mandra Magazine*<sup>8</sup>. Due chef, Angelo Pumilia e Carmelo Chiaramonte, rappresentano aspetti importanti: il primo, di Casa Planeta, riscopre le ricette della quotidianità (apparentemente “povere”), recupera le matrici, e crea nuovi piatti a partire dalle etichette Planeta, come il Cometa – che nasce su una sperimentazione, prodotta a Menfi, su un vitigno, il Fiano, di origine campana – in abbinamento a un pesto servito in spuma o una marmellata di ciliege che esalta il gusto fruttato del Santa Cecilia, un Nero d’Avola in purezza, prodotto a Noto. Abbinamenti seduttivi ricercano ciò che si può definire il “terzo sapore”: non semplice summa tra vino e cibo, ma intersezione, tra luoghi, prodotti, tecniche, persone, storia, vino. Tesori che attirano visitatori richiamati anche dal flusso di esportazione del vino Planeta e Settesoli (Mandarossa), presente in tutto il mondo, compreso l’Est, e che resiste ai nuovi competitors internazionali (Australia, Argentina, Cile, Nuova Zelanda). Carmelo Chiaramonte lavora sulla tradizione, critica la retorica del cibo e del vino, evidenzia le potenzialità dell’universo alimentare, sperimentando, sensibile alle materie prime e alle eccellenze, con abbinamenti non usuali. Giovanni Dara Guccione produce olio (da varietà siciliane), lo abbina con il cibo, sviluppando la capacità attrattiva di un’eccellenza storicamente fondata. Vincenzo Lotà, sindaco di Menfi tra gli anni Novanta e i primi del 2000 (fase spartiacque per lo sviluppo vitivinicolo in Sicilia), ha reso possibile la sinergia tra imprese e pubblica amministrazione, mostrando quanto sia di fondamentale importanza il cosiddetto *institutional thickness* (lo “spessore istituzionale”) delle aree in cui le aziende operano. La “struttura” (v. Lévi-Strauss) in Sicilia consentirebbe, se potenziata, un’amplissima espressione. Cucinare un cibo identitario vuol dire, infatti, mantenere in vita cultura e prodotto, superando le strettoie della cucina internazionale e cogliendo valori interetnici e locali.

<sup>6</sup> Integrazione, tra terreno, clima, produttori e soggetti.

<sup>7</sup> Rassegna enogastronomica giunta alla 17ª edizione, sul vino e cibo di qualità organizzata dal Comune di Menfi e da Settesoli.

<sup>8</sup> <http://www.mandarossa.it/#/it/>.

Cibo e vino, *landmark* tra natura e cultura, sono attrattori a livello nazionale e internazionale. La cucina è un'arte sociale, riflette competenze culturali, strategie sociali ed economiche, integra tradizione e innovazione. Le tre "chiavi", olio, vino e pane, evidenziano un sistema di Istituzioni competenti, di Associazioni, di strumenti, di vincoli, un universo identitario: una sorta di documento di identità dei luoghi, e mostrano come la cucina siciliana potenzialmente centrifuga, diffusa nel mondo, attragga per qualità, complessità, varietà delle preparazioni e delle materie prime. E controbilanci alcune derivate globalizzate e diffuse (per es. McDonald): il pane nero di Castelvetrano, e quello di Salemi, la guastedda del Belice (un pane), la vastedda del Belice (un formaggio), l'aglio di Nubia (presidi Slow food, che ha recentemente ripreso vitalità in Sicilia), i "piatti", il vino, sono "qualità", attivano economie e relazioni, interne ed esterne, da potenziare, anche sulla scorta di strumenti poco sviluppati, come le Strade del vino o tramite Associazioni quasi sempre autosostenute.

La realtà vinicola è viva – la Sicilia ha la maggiore superficie vitata d'Italia: circa 123.000 ha, circa 80.000 aziende agricole con vite – sia per ciò che attiene alcune grandi "case" (per es. Planeta), sia per quanto riguarda piccoli e medi produttori che danno vita a bianchi e rossi di pregio presenti nelle fiere (come Vinitaly) e sul mercato nazionale e internazionale. Imprese locali che, a dispetto di un contesto "in sofferenza", si auto-organizzano, producendo "etichette" da vitigni autoctoni e alloctoni (introdotti soprattutto dagli anni Novanta), innescando lavoro e interrelazioni, attivando un indotto legato ad agricoltura, ristorazione, ricezione alberghiera (relativa al turismo del vino<sup>9</sup> e del cibo, come ad altri circuiti), attività culturali, produzione/vendita di prodotti a km 0, attività sostenibili e tutela del territorio. Tali imprese locali sono risorse e motori della qualità, sintesi dell'integrazione tra saperi, saper fare, conoscenza codificata e di contesto messa in atto dalla popolazione, azioni a cui è connesso il turismo. Tale dimensione locale travalica il localismo, si aggancia a una dimensione globale, senza esserne schiacciata, con capacità decisionale, controllo dei propri prodotti e della propria immagine. Tipicità, qualità e centralità del territorio sono fulcro di tale processo.

<sup>9</sup> Il turismo enogastronomico configura un mercato che ha enormi potenzialità e ammonta a 15 mln. di turisti. Di questa quota circa il 10% va alla Sicilia, pur in assenza di politiche e di incentivi concretamente organizzati.

## Riferimenti bibliografici

- AA.VV. (2003), *La Sicilia del vino*, Maimone, Catania.
- AA.VV. (2005), *Prodotti agricoli di qualità e turismo in Sicilia*, Studio del Coreras, Anteprima, Palermo.
- Antonoli M., Viganò G. (a cura di), *I presidi slow food: da iniziativa culturale ad attività imprenditoriale*, Il Sole 24 Ore 2000, Milano.
- Bacarella A. (2001), *Analisi economica della filiera vitivinicola*, Dipartimento di Economia dei sistemi agro-forestali, Università degli studi di Palermo.
- Barthes R. (1974), “Cucina ornamentale”, in *Miti d’oggi*, Einaudi, Torino.
- Bonanzinga S. (2006), “Il teatro dell’abbondanza. Pratiche di ostensione nei mercati siciliani”, in Sorgi O. (a cura di), *I mercati storici in Sicilia*, Regione Siciliana, Palermo.
- Bourdieu P. (1983), *La distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna.
- Buttitta A. (1990), “I sapori di una cultura”, *Nuove Effemeridi*, III, 10.
- Capatti A., Montanari M. (1999), *La cucina italiana. Storia di una cultura*, Laterza, Bari.
- Camporesi P. (1983), *Alimentazione, folklore e società*, Pratiche, Parma.
- Giallombardo F. (2003), *La tavola l’altare la strada. Scenari del cibo in Sicilia*, Sellerio, Palermo.
- Lozato-Giotart J.P. (2007), *Progettazione e gestione di sistemi turistici. Territorio sistemi di produzione e strategie*, FrancoAngeli, Milano.
- Levi Sacerdotti S., Muaro S., Gasca E. (2011), *Visitor management*, Celid, Torino.
- Lévi-Strauss C. (1966), *Il crudo e il cotto*, Il Saggiatore, Milano.
- Triglia C. (2012), *Non c’è Nord senza Sud. Perché la crescita dell’Italia si decide nel Mezzogiorno*, il Mulino, Bologna.
- Valeri R. (1977), “Alimentazione”, in *Enciclopedia Einaudi*, Einaudi, Torino.

## Sitografia

- <http://www.ermesagricoltura.it/Sportello-dell-agricoltore/OCM-Unica/OCM-Vitivinicolo/Che-cosa-e-l-OCM-Vitivinicolo>.
- <http://www.cateringnews.it/eventi-enogastronomici/sondaggio-vinitaly/>.
- [http://www.terredelvino.net/sites/default/files/IX%20RAPPORTO%20FINALE%20OK\\_0.pdf](http://www.terredelvino.net/sites/default/files/IX%20RAPPORTO%20FINALE%20OK_0.pdf).
- <http://www.terredelvino.net/citt%25C3%25A0-del-vino-0>.
- [http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/I\\_formaggi\\_storici\\_di\\_nicchia\\_in\\_Sicilia.pdf](http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/I_formaggi_storici_di_nicchia_in_Sicilia.pdf).
- [http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/Sicilia\\_e\\_dieta\\_mediterranea.pdf](http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/Sicilia_e_dieta_mediterranea.pdf).
- [http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/Prodotti\\_agricoli\\_di\\_qualita\\_e\\_turismo\\_in\\_Sicilia.pdf](http://www.coreras.it/Upload/allegatipubblicazioni/Prodotti_agricoli_di_qualita_e_turismo_in_Sicilia.pdf).
- <http://www.terredelvino.net/citt%25C3%25A0-del-vino-0>.