La De.Co. Sicilia va a Vicenza, nasce FederDeCo

Scritto da Lurss Onlus
Domenica 08 Dicembre 2013 16:00

A **Villa Cordellina** a **Montecchio Maggiore**, nasce **FederDe.Co**.

I prodotti a denominazione comunale volàno per il turismo enogastronomico e per la valorizzazione dell'identità dei territori. Presentato il format GeniusLoci De.Co. della Lurss.Onlus di Menfi

I prodotti vicentini a Denominazione comunale (De.Co) uniscono l'Italia. Erano presenti quasi cinquanta Comuni e un'ottantina di alimenti del territorio, il 30 novembre u.s in **Villa Cordellina** a **Montecchio Maggiore**, all'assemblea dei Comuni De.Co. di **Vicenza** organizzata dalla Provincia e dal Consorzio "**Vicenza è**" per gettare le basi per la costituzione di una "**FederDeCo**". L'evento cade proprio nel nono anniversario della scomparsa di **Luigi Veronelli**, ideatore delle De.Co.

Presente al dibattito, moderato da **Antonio Di Lorenzo** caporedattore de **Il Giornale di Vicenza**, anche **Nino Sutera** Direttore della Libera Università Rurale Saperi&Sapori di **Menfi**, in Sicilia, che ha affermato *«Oggi è una di quelle date destinate ad essere ricordate a lungo. L'evento straordinario organizzato dagli Amici veneti, rappresenta un punto di non ritorno, per il territorio per le eccellenze enogastronomiche e per la valorizzazione dell'identità dei territori e l'autenticità dei luoghi. Un prodotto può essere copiato, l'identità di un luogo, evidentemente no»*. Grazie a **Vladimiro Riva** a **Roberto Astuni** e a tutti coloro che hanno contribuito all'evento fondativo di FederDe.co L'istituzione della De.Co non si esaurisce con una delibera comunale, ecco perché noi abbiamo elaborato un format "Genius Loci" per la valorizzazione e la promozione dell'identità dei territori. Obiettivo è costruire spirito di squadra, per la tutela dell'identità dei luoghi e il recupero dell'unicità territoriale come opportunità. L'auspicio, la vera sfida, è riuscire a realizzare una rete di Città De.Co. per valorizzare quei prodotti di nicchia che inducono gli appassionati viaggiatori ad andare ad acquistare e degustare e/o apprezzare i prodotti nelle loro zone di produzione, per promuovere l'offerta integrata "del" e "nel" territorio, piuttosto che mettere su strada le merci» Il format elaborato della Lurss è composto da 10-12 steps tra i quali "**Ambasciatore dell?identità territoriale**" e "**Custodi dell'identità territoriale**" i quali sono destinati ad assolvere a un ruolo fondamentale, comunicare e far conoscere il territorio, il quale assume un importanza crescente anche nei confronti del visitatore, e del viaggiante, che ritrova nel prodotto, un insieme di valori, ivi compresi quelli identitari. Intendiamo mettere a disposizione della nascente FerderDeCo il percorso "GeniusLoci" arricchito dall'esperienza di Vladimiro e Roberto, in modo da essere adottato in maniera univoca. Roberto poi è geniale, infatti ha già pronto il nome "GeniusLoci De.Co. 2.0" conclude Nino Sutera. Presente anche **Domenico Maraglino** di "DeCo Puglia", che due anni fa ha riscoperto la clementina di **Massafra** (TA). **Diego Meggiolaro**, ex presidente di Coldiretti Vicenza, ha confermato che «la De.Co sta dentro l'anima come il respiro».

Interventi anche di **Dino Secco** presidente di "**Vicenza è**", che all'Expo 2015 vuole che sia presente una De.Co per ogni comune della provincia, e di **Mauro Santinato** esperto di turismo: «Le De.Co sono un'ottima occasione per promuovere il territorio a livello turistico. Il turismo di oggi non si basa solo sulla globalizzazione, ma cerca soprattutto l'unicità dei prodotti». Dal biscotto Maraneo di Costabissara al riso Vialone nano e Carnaroli di Grumolo delle Abbadesse, dalla mostarda vicentina di Montecchio al broccolo fiolaro di Creazzo e dal Miele della Valdichiampo ai "Gobeti" di Zermeghedo, le De.Co oltre alla qualità e all'impegno delle Amministrazioni hanno in comune un fondamentale veicolo di promozione: le Pro loco. «L'aspetto principale delle De.Co - spiega **Giorgio Rossi**, presidente provinciale **Unpli Vicenza** - è che sono prodotti a denominazione comunale, non nazionale o europea, e si identificano come la fase conclusiva del processo di certificazione

turistico-gastronomica di un territorio. Per questo le Pro loco, che ritengo debbano fare squadra con produttori, amministratori e ristoranti, sono il mezzo più idonei per sponsorizzare le De.Co. Per **Roberto Astuni**, presidente della Confraternita dei ristoratori De.Co Vicenza, «l'idea è raggruppare sotto un unico cappello i ristoranti, in tutto 30, che sostengono questi prodotti. Con questa giornata viene di nuovo sancito il nostro ruolo». L'incontro è stato anche l'occasione per presentare il gruppo "**Amici delle De.Co**": «Con quest'iniziativa - afferma **Vladimiro Riva**, consigliere delegato di "**Vicenza è**" - vogliamo riunire in un unico gruppo non solo i rappresentanti comunali, ma anche amici, simpatizzanti e appassionati. All'Expo di Milano, accanto alle tecnologie più avanzate, proporremo i prodotti della tradizione per farli conoscere e, attraverso questi, incentivare il turismo». Infine, a salire sul tavolo dei relatori, l'assessore regionale **Roberto Ciambetti** in veste di portavoce del presidente **Luca Zaia**.

Nino Sutera