



VILLAGGIO DEL GUSTO

la cultura del cibo, il cibo come cultura

Nel corso degli ultimi decenni la distinzione tra i modi di cucinare e le preferenze alimentari è diventata sempre più confusa; (...) In Italia attualmente vi sono almeno quattro filoni, variamente intrecciati o in opposizione tra loro, su cui antropologi e sociologi fanno ricerca: il filone della "genuinità"(...), il filone dell'"etnico"(...), il cosiddetto filone "fast food"(...) ed infine il filone dei sostenitori del macrobiotico, biologico e dell'agricoltura biodinamica, con i loro fieri oppositori che potremmo denominare "biologico vs biotech".

Massimo Montanari

"L'uomo è ciò che mangia", affermò già nell'800 Feuerbach, ma è anche vero che mangia ciò che è, ossia alimenti totalmente intrisi della sua cultura. Gli eterogenei abiti di consumo, a volte confusi e incoerenti, racchiudono tuttavia un fondamentale portato di tradizioni e cultura che sottostà all'alimentazione anche più semplice.

Dalla consapevolezza dell'importanza del legame tra regimi alimentari e mondi culturali, nasce il progetto del Villaggio del Gusto.

Attraverso l'offerta di prodotti di alta qualità s'intende promuovere la conoscenza e la salvaguardia del patrimonio enogastronomico italiano, nel giusto rapporto tra valori, tipicità e gusto, auspicandone la più ampia fruizione e attenzione da parte di un pubblico eterogeneo.

il piacere del palato e il gusto dell'alimentarsi

Un corretto approccio al cibo e al vino è anche una questione di mentalità, d'atteggiamento complessivo di fronte alla vita: l'atteggiamento di chi non reprime il piacere ma cerca scegliendo e governando con la ragione, di chi sa intrattenere intensi rapporti con le radici delle cose, di chi riconosce l'importanza della cultura materiale e della convivialità.

Bartolomeo Sacchi, 1470

Il piacere della tavola può essere considerato come fondamentale premessa per riappropriarsi di ritmi armoniosi; è compatibile con tendenze di consumo non influenzate da pubblicità e ritmi di vita esasperati, scelto da chi non insegue a tutti i costi ogni moda né si fa persuadere da influssi mass mediatici. La ricerca della qualità e del gusto nell'alimentarsi permette di sottrarsi da modelli uniformi e massificati, e, inevitabilmente, orientarsi verso una giusta e consapevole libertà di scelta.

agroalimentare: un settore in evoluzione

Negli ultimi 50 anni si è assistito ad una de-localizzazione dei consumi che, anche grazie ad una maggiore facilità dei trasporti, si sono sempre più globalizzati. Il progresso di alcune tecniche di stabilizzazione (refrigerazione e surgelamento), ha reso possibile il reperimento di prodotti "freschi" ovunque ed in ogni periodo dell'anno; la distribuzione è divenuta capillare, a discapito del rapporto diretto tra produttore e consumatore e a favore delle grandi catene commerciali alimentari.

Tutto ciò, insieme a tempi e ritmi di vita sempre più frenetici, ha lentamente portato ad un'uniformazione dei gusti e dei consumi.

Inoltre, la storia del settore agroalimentare degli ultimi 50 anni è segnata da un forte ritardo nell'acquisizione della "cultura della qualità", tema, questo, che inizia ad emergere solamente negli ultimi anni.

Esaltare le diversità e la genuinità di lavorazione, il rispetto per le tradizioni, gli antichi modi di fare e di ottenere manufatti che rispettano le qualità organolettiche dei cibi con una particolare attenzione anche agli aspetti salutistici e nutrizionali: questo è lo scopo del Villaggio del Gusto.

l'Authority a Parma: una finestra sull'Europa per la sicurezza dei prodotti agroalimentari

Le politiche comunitarie, nazionali e regionali per la sicurezza alimentare, la difesa e lo sviluppo del "tipico", nonché la più marcata consapevolezza dei consumatori sul concetto di qualità, sono gli elementi caratterizzanti le recenti tendenze del settore agroalimentare. Lo sviluppo di molteplici iniziative volte a valorizzare le produzioni italiane ed i territori dai quali le stesse provengono, mirano salvaguardare le tipicità e promuovere al contempo l'insieme di caratteristiche uniche d'immagine, tradizione, tecnologia e cultura proprie di ciascun territorio.

La decisione di assegnare a Parma la sede dell'Agenzia europea per la sicurezza alimentare, rappresenta per l'Italia un'occasione importante per rilanciare e valorizzare il sistema produttivo agroalimentare nazionale, anche partendo da elementi caratteristici dell'assetto scientifico, produttivo e socio culturale della regione e delle sue province. L'Authority potrà sviluppare importanti interazioni con i sistemi delle produzioni agroalimentari nazionali ed europee, con l'auspicio che possano godere di queste sinergie Parma e l'Emilia Romagna *in primis*.

Ed è in Emilia Romagna, a Fidenza, a poco più di 20 km da Parma, vicino a Soragna dove la Rocca Meli Lupi ospita il Museo del Parmigiano Reggiano, prossima a Colorno che ospita una delle due sedi dell'Università di Scienze Gastronomiche di Slow Food ed ALMA - Scuola Internazionale di Cucina Italiana - a circa un'ora di autostrada da un bacino di utenza importantissimo quale quello milanese, nelle Terre Verdiane che offrono innumerevoli itinerari artistici, naturalistici, enogastronomici, che sorgerà il Villaggio del Gusto – Centro integrato per la valorizzazione e la conoscenza delle produzioni agroalimentari italiane di qualità.

la mission

cultura e salute

Il “Villaggio del Gusto - Centro integrato per la valorizzazione e conoscenza delle produzioni agroalimentari di qualità”- si propone di portare alla conoscenza dei consumatori alcuni prodotti d’eccellenza – detti d’alta qualità o ad alto valore aggiunto - che sono ottenuti seguendo programmi di sviluppo rurale e tecnologico nel massimo rispetto della natura e delle tipicità di luoghi, culture e tradizioni. La garanzia della qualità non deve inoltre prescindere da una particolare attenzione nei confronti della sicurezza dell’alimento, dal punto di vista clinico - patologico e nutrizionale, al fine di garantire, oltre a sensazioni di particolare piacevolezza, anche un approccio consapevole alle caratteristiche nutrizionali di ogni prodotto d’alta qualità.

Il centro ospiterà il Made in Italy ed il tipico europeo e mondiale:

- Delle produzioni di qualità, anche di nicchia, che necessitano di una qualificata opportunità per farsi conoscere ed apprezzare;
- Dei Consorzi di tutela e delle Associazioni di produttori che possono avvicinarsi ai principali bacini di domanda del centro e nord Europa;
- Delle imprese che contribuiscono, con la loro qualità, all’immagine del Made in Italy nel mondo;
- Del dibattito, anche tecnico-sanitario, in merito alla qualità, alla tutela ed alla salvaguardia delle produzioni e dei marchi di qualità;
- Dell’educazione alimentare alle materie prime, alla loro trasformazione, nonché all’ambiente in cui sono prodotte.

Tra gli obiettivi del Villaggio del Gusto trovano posto anche la valorizzazione dell’agricoltura e degli alimenti biologici, la promozione dei metodi di produzione a basso impatto ambientale e i prodotti certificati del commercio equo e solidale.

le funzioni

Il principale obiettivo di questo ambizioso progetto è, dunque, la diffusione di uno specifico approccio alla cultura dell'alimentazione, all'insegna della riscoperta delle tradizioni, del legame con la comunità e con le proprie radici, con parallela attenzione alla formazione e diffusione di saperi antichi così come di pratiche innovative, ricerca e sperimentazione.

Il Villaggio si configura come centro dalle molteplici funzioni ed attività; esso, infatti, avrà:

- Una funzione **commerciale**: il centro sarà area di acquisto di numerosi prodotti agroalimentari di qualità, ma ospiterà anche un'area dedicata all'oggettistica e utensileria artigianale per la cucina e per la casa, una libreria specializzata in tema di cultura e tradizioni gastronomiche, uno spazio destinato a tipologie merceologiche complementari all'alimentazione.
- Una funzione **ristorativa**: il primo ristorante, wine-bar, prosciutteria e formaggeria sono in funzione già dal novembre 2005; in seguito sono previsti altri spazi ristorativi distinti per tipologia d'offerta e di servizio, gelaterie, sale da tè, birreria, ecc.
- Una preponderante funzione **culturale**, reale locomotiva trainante l'intero complesso. Saranno organizzati, a cadenza periodica, eventi, degustazioni, conferenze, workshop, giornate tematiche che tratteranno degli argomenti più svariati sempre connessi con la tematica dell'alimentazione; si parlerà di storia, arte, letteratura, di medicina, psicologia, si incontreranno chef, scrittori, e via dicendo.
- Una funzione **didattica e ludica**: particolare attenzione sarà riservata alle attività proposte per bambini o scolaresche; in particolare è auspicata la realizzazione di un laboratorio polisensoriale a supporto della conoscenza della qualità alimentare per le nuove generazioni.

la struttura

localizzazione

- a meno di 500 metri del casello di Fidenza-Salsomaggiore dell'autostrada Milano-Bologna (A1);
- a fianco del factory outlet "Fidenza Village – Value Retail" di recente costruzione;
- al centro di un nodo di traffico commerciale già rilevante e soggetto a un nuovo rapido sviluppo;
- nel prestigioso contesto turistico delle Terre Verdiane, che vanta itinerari legati alla Via Francigena, rinomati percorsi enogastronomici e musei del cibo, turismo termale, percorsi naturalistici.

dimensioni

Il Villaggio sorge su una superficie fondiaria di oltre 65.000 mq, avente una potenzialità di copertura pari a 19.000 mq, in aggiunta ai circa 6.000 mq destinati a zona eventi.

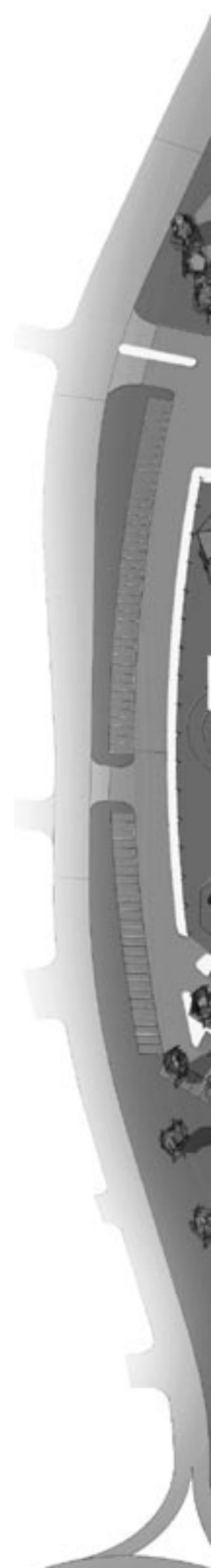
organizzazione

Gli spazi sono organizzati in base ad un progetto architettonico esistente ed in corso d'implementazione, anche a seguito dell'attivo contributo di tecnici ed esperti di differenti settori (marketing, produzione, organizzazione e distribuzione, commercializzazione, architettura ed ingegneria).

Poiché la locomotiva implicita del Villaggio è il portato culturale di tale iniziativa, l'area destinata agli eventi (circa 6.000 mq) assume, sicuramente, un ruolo strategico.

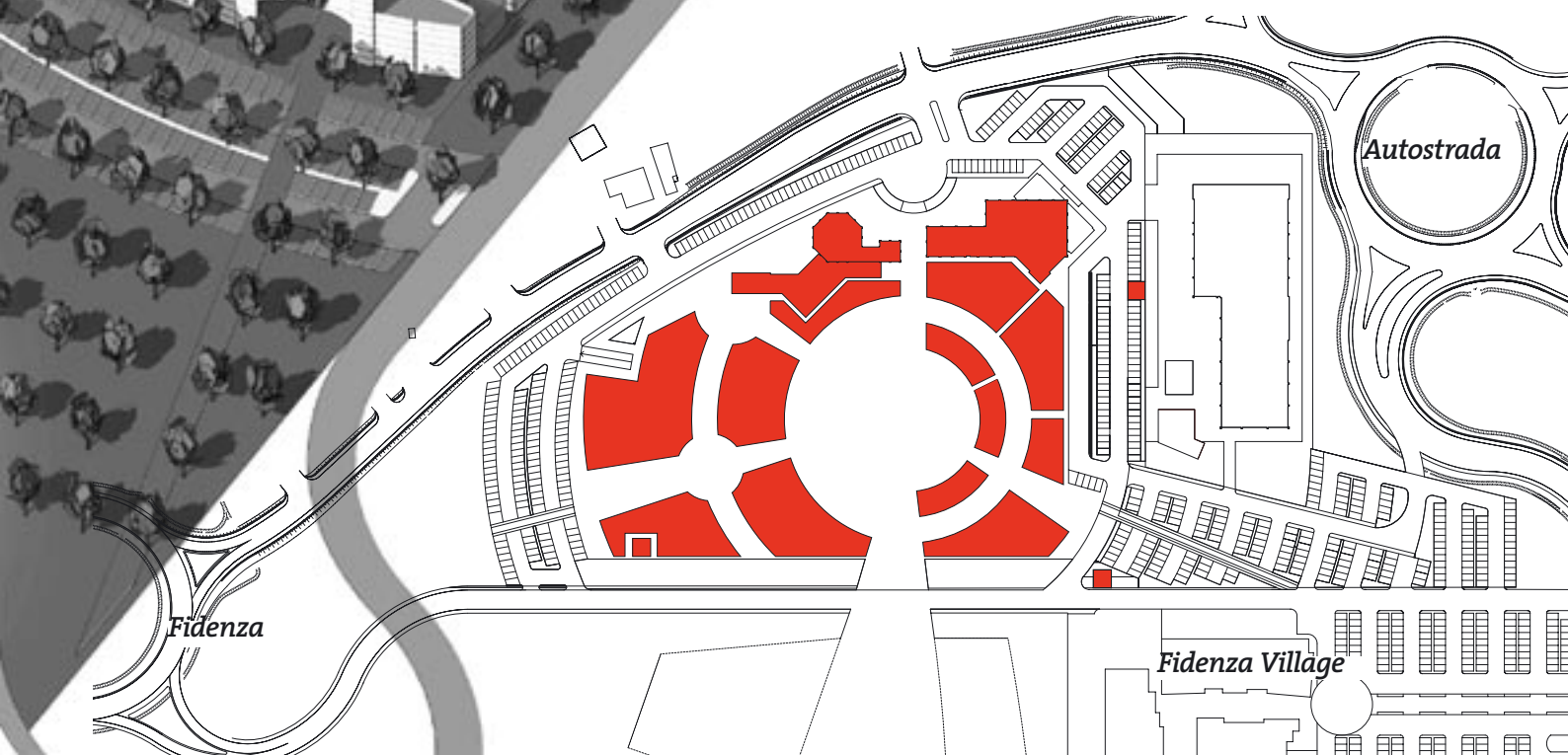
tempi di realizzazione

Lo sviluppo del progetto si articola in moduli tra loro coordinati ma indipendenti; la successione temporale degli interventi è determinata dai tempi tecnici di progettazione e realizzazione delle opere edili, ma soprattutto dai tempi necessari per promuovere, coerentemente alla visione d'insieme, le singole attività destinate ad operare all'interno del complesso.





VILLAGGIO DEL GUSTO



Autostrada

Fidenza

Fidenza Village

Il progetto ha avuto inizio con l'acquisto di una parte dell'area nel 2003; nel novembre 2004 è stata formalizzata la proposta progettuale; durante il 2005 è stata avviata l'attività ed è stata stipulata la convenzione territoriale con il Comune di Fidenza e con l'Associazione dei Comuni delle Terre Verdiane. Nel Novembre 2005 si apre al pubblico il primo modulo, che si va ad affiancare alle attività già avviate (Spaccio e Agribar).

la società promotrice e l'investimento previsto

Il progetto è a cura di Agrinascente S.p.A.¹, con un capitale sociale di 3 milioni di euro ed un valore immobiliare totalmente acquisito che già supera i 13 milioni di euro.

L'investimento previsto è di 28 milioni di euro.

Il patrimonio esistente e le attività attualmente presenti hanno un valore sufficiente per garantire gli Istituti di credito sino alla realizzazione completa del Villaggio del Gusto.

i flussi di visitatori e le aree di mercato

Il Villaggio del Gusto non ha aree di mercato esclusive alle quali rivolgersi e non intende porsi in concorrenza con l'attuale sistema distributivo nazionale.

Vista la sua posizione geografica trarrà beneficio, prioritariamente, dall'afflusso dei fruitori del nord Italia, ma anche dai differenziati flussi di spostamenti da e verso tali regioni.

L'utenza, ossia i fruitori, del centro può sinteticamente essere ricondotta alle seguenti categorie:

- I consumatori: si auspica la presenza di tipologie diverse di consumatori, un pubblico, insomma, non elitario ma eterogeneo;
- Gli studenti: sono previsti percorsi integrati culturali nel Villaggio del Gusto;
- I 60.000 ristoratori italiani nel mondo;
- I buyers nazionali ed internazionali;
- I giornalisti, stampa e editoria specializzata;
- Il mondo scientifico e della ricerca, con particolare riguardo al contesto universitario.

NOTE

¹ POLIS s.p.a. - Fidenza (PR); PERLA s.r.l. - Fidenza (PR); UNIECO s.c.r.l. - Reggio Emilia; F.LLI CHIESA s.n.c. - Fidenza (PR); AMORETTI s.p.a. - Fontanellato (PR); FAROLDI RAMENZONI - Fidenza (PR).

le partnership

Il gruppo promotore del Villaggio del Gusto è costantemente alla ricerca di nuove collaborazioni con soggetti in grado di caratterizzare maggiormente l'iniziativa ed accelerare la completa realizzazione del progetto; siamo aperti a tutte le proposte utili a rafforzare il portato del nostro progetto, in relazione alla sua sostenibilità sociale, culturale ed economica.

Collaborazioni e contatti avviati e in corso di definizione:

- Comune di Fidenza;
- Comune di Valmontone (RM);
- Associazione Intercomunale Terre Verdiane;
- Terme di Salsomaggiore;
- Terme di Tabiano;
- Provincia di Parma;
- Regione Emilia-Romagna;
- Camera di Commercio di Parma;
- Consorzi di tutela;
- Slow Food;
- Associazioni di categoria;
- Operatori turistici;
- Imprenditori, locali e non, del settore agroalimentare;
- Ministero per le politiche agricole e forestali;
- Associazione dei ristoranti italiani nel mondo;
- Associazioni italiane per la tutela dei consumatori;
- Alcuni tra i consorzi di tutela dei prodotti Dop e Igp italiani;
- I.C.E. – Istituto del Commercio Estero;
- Testate giornalistiche di settore;
- Accademia italiana della cucina.

Collaborazioni e contatti con centri di formazione e ricerca:

- Università degli Studi di Parma;
- Università degli Studi di Bologna;
- Università degli Studi di Piacenza;
- Università degli Studi di Roma;
- Istituto Professionale Alberghiero di Salsomaggiore;
- I.N.S.O.R. – Istituto Nazionale di Sociologia Rurale;
- Altri centri culturali, italiani ed esteri, tramite relazioni in continuo aggiornamento;
- Ricercatori, professionisti e studiosi del settore agroalimentare.



Via S. Michele Campagna,
22d Fidenza - 43036 PR - Italy

tel. +39 0524 526080
fax +39 0524 527820

www.villaggiodelgusto.com
info@villaggiodelgusto.com