POLITECNICO DI TORINO

Corso di Laurea Magistrale in Pianificazione territoriale, urbanistica e paesaggistico–ambientale

a.a. 2021 / 2022

TESI DI LAUREA MAGISTRALE

Dall'industria al cibo
Una proposta di Distretto Alimentare per il biellese

Relatore:

Arch. Ombretta Caldarice

Candidata:

Elena Lazzaro

Per la realizzazione di questo elaborato di tesi voglio ringraziare i miei genitori, Domenico e Feliciana, che mi hanno insegnato ad avere la giusta determinazione nel raggiungere i miei obiettivi e hanno sempre trovato un modo per placare le mie preoccupazioni.

Ringrazio la mia sorellina Giulia per essermi sempre stata a fianco regalandomi momenti di spensieratezza.

Ringrazio l'architetto e urbanista Ombretta Caldarice, per aver creduto nella mia proposta di tesi e per la sua disponibilità nel mettere a disposizione le sue conoscenze, fornendomi spunti interessanti per lo sviluppo del lavoro e lo svolgimento dell'analisi.

Ringrazio Fondazione Pistoletto per avermi ospitato per svolgere l'attività di tirocinio e dato la possibilità di scoprire le eccellenze del territorio biellese.

Ringrazio il Politecnico di Torino che mi ha accolto come una casa, dandomi l'occasione di conoscere persone speciali, tra cui i miei amici: Riyaz e Federico, un concentrato di simpatia e follia che mi hanno sopportato (e supportato) per tutti questi anni; Arianna, con i miei stessi disturbi mentali ed i suoi sticker, Davide, con il suo supporto tecnico, e Celeste, con la sua vivacità; tutti complici di notti in bianco per portare a termine i progetti di Atelier.

Un ringraziamento va anche alla mia amica Claudia, la dimostrazione del valore dell'amicizia a distanza contro ogni cosa, che in questi ultimi anni mi è stata sempre al fianco.

Concludo il mio percorso universitario orgogliosa e fiera di me stessa nell'esser riuscita in questi anni a combaciare il lavoro con lo studio per perseguire i miei sogni; dedico questo alla futura me con l'augurio di ricordare e trasmettere la stessa forza d'animo.

INDICE

Abstract 5
Introduzione 6
1. Il marketing territoriale come strategia per il rilancio dei territori 10
1.1 Evoluzione della definizione di marketing territoriale 30
1.2 Il cibo come elemento di identità culturale 41
1.2.1 Politiche urbane del cibo 45
1.2.2 Esempio di applicazione di politiche urbane del cibo all'interno della Città Metropolitana di Torino 51
2. Il biellese 57
2.1 Cenni storici 57
2.1.1 Il passato industriale biellese 60
2.2 Identificazione dell'area oggetto di studio 65
2.3 Inquadramento territoriale 67
2.3.1 Aree di rilevanza naturalistica 71
2.3.2 Capacità degli usi del suolo 75
2.3.3 Usi del suolo 79
2.3.3.1 Vegetazione nel biellese 84
2.3.4 Aspetti sociodemografici 90
2.3.5 Sistema infrastrutturale stradale e ferroviario 94
2.3.6 Persistenze storiche 97
2.3.7 Assetto fruitivo – percettivo 99
2.3.8 Analisi del quadro pianificatorio 101
2.4 Gli attori locali nel biellese 111
3. Proposta di Distretto 119
3.1 Il superamento del Distretto Industriale e del Distretto del Commercio 122
3.2 Il Distretto Alimentare Biellese 127
3.3 Dati sulla produzione 131
3.3.1 Le tradizionali coltivazioni biellesi 138
3.4 Progettualità ed eventi 145
3.5 La tradizione come base per il Distretto Alimentare Biellese 154
3.5.1 I prodotti locali dimenticati 158
3.5.2 Il patrimonio culinario biellese 166
4. Conclusioni 168
5. Riferimenti bibliografici 171
6. Sitografia 174
Allegati 175

Abstract

Il biellese è un territorio tradizionalmente riconosciuto per la sua vocazione industriale nel settore del tessile, in particolare nel comparto laniero. Il settore, seppur resistendo alle diverse crisi globali, che negli ultimi vent'anni hanno colpito l'economia locale, non è più l'unica leva economica del territorio. Il territorio biellese si sta riposizionando in un'ottica di marketing territoriale, grazie ad una strategia di rilancio per collocarsi in una posizione competitiva rispetto ad altri territori. La Fondazione Pistoletto – avente ruolo di coordinatore tra i vari Comuni, soggetti economici e cittadini – sta avviando un processo di sviluppo territoriale aperto, cooperativo e *bottom up*, che focalizza l'attenzione sul patrimonio culinario al fine di avviare strategie di implementazione del turismo enogastronomico.

La presente tesi di sviluppa nell'ambito di un tirocinio curriculare presso la Fondazione Pistoletto in cui ho potuto seguire queste iniziative per la creazione di una prima ipotesi di Distretto Alimentare per il Biellese. In questo elaborato vengono analizzate le progettualità, gli eventi enogastronomici, le produzioni locali e le misure di riavvicinamento ai valori della tradizione culinaria (che rischia di essere dimenticata) per costituire un Distretto Alimentare, capace di far emergere un nuovo "volto" dell'identità territoriale biellese.

Introduzione

Il presente elaborato nasce in seguito all'attività di tirocinio svolta presso la Fondazione Pistoletto di Biella. Il tirocinio aveva l'obiettivo di produrre una visualizzazione complessa del sistema territoriale di produzione e trasformazione alimentare e del sistema della ristorazione, con una specifica attenzione ai prodotti alimentari locali del biellese, in grado di poter fornire una documentazione per la strategia di implementazione del turismo enogastronomico.

Le analisi svolte sono state effettuate per supportare un progetto interno a Cittadellarte, chiamato Biella Città Arcipelago; un progetto di scala vasta, nato per discutere delle criticità che rischiano di minacciare il territorio, per trovare soluzioni strategiche e per trasformare i punti di debolezza del territorio in punti di forza. Allargando la scala ai Comuni che costituiscono le città satellite di questo arcipelago, si è scoperto che le aziende agricole e le piccole imprese presenti sono anch'esse interessate ad accrescere la sensibilità ambientale e culturale delle comunità locali e delle giovani generazioni, in modo tale che queste non degradino ammodernandosi completamente. Data questa scoperta di interesse diffuso, Cittadellarte ha creato un luogo d'incontro per tutti questi soggetti territoriali; è stato costruito un "Atlante dei paraventi" dove sono stati mappati novantaquattro casi studio di realtà impegnate nella sostenibilità

in tutti i settori (alimentare, energetico, artigianale, educativo, culturale – turistico e della produzione agricola). La fase di progettazione del lavoro ha visto un completamento ed un'analisi più approfondita di questi soggetti territoriali, prendendo come focus progettuale l'ambito della produzione agricola e alimentare. Si è così redatto uno schedario in grado di poter dare le informazioni ad un turista in visita nel biellese per poterlo orientare nella scelta consapevole e responsabile per poter conoscere i prodotti locali.

Questa esperienza mi ha permesso di comprendere la centralità della Fondazione Pistoletto nella realtà del biellese, come coordinatore strategico, per programmare, promuovere e governare il territorio. Inoltre, grazie al suo ruolo di hub per una comunità rurale fragile, è luogo di aggregazione culturale e di risorsa di riferimento per la promozione dei sistemi e della progettualità locale.

L'opportunità di tirocinio nel biellese mi ha permesso di conoscere il territorio. Questa mia esperienza è servita un po' a conferma della frase tipica che una volta era stata rivolta al politico Giuseppe Pella (in occasione del dibattito sulla costruzione dei collegamenti del biellese con gli altri territori), usata dagli industriali biellesi "se vogliono venirci a trovare, devono venire qui". Purtroppo il problema di chiusura e di una mancata comunicazione della realtà biellese, all'esterno della sua

Provincia, continua a rimarcare l'isolamento di cui soffre il territorio, che vanifica qualsiasi tentativo di rilancio strategico locale. Prendendo atto di queste considerazioni e avendo preso coscienza (dopo essermi recata sul territorio) delle risorse locali, ho maturato una proposta di progetto, che potesse essere utile al rilancio territoriale secondo strategie di comunicazione e promozione dell'identità territoriale; per tale scopo ho potuto aiutare la Fondazione a produrre una prima ipotesi di Distretto Alimentare per il biellese.

L'elaborato di tesi tratta della proposta di Distretto Alimentare, al fine di delineare obiettivi e strategie di rilancio del territorio biellese per quanto riguarda l'ambito enogastronomico; si organizza in tre capitoli. Il primo capitolo teorico rilegge il marketing territoriale come strategia per il rilancio del territorio, focalizzando poi l'attenzione su come il cibo possa essere considerato un elemento di identità culturale, supportato dalle analisi del processo strategico che attua le politiche urbane del cibo, capaci di ricostruire nuove o rinnovate identità territoriali delle città, come ad esempio per il caso della Città Metropolitana di Torino. Il secondo capitolo introduce il caso studio e si apre con l'inquadramento storico del territorio e del suo passato industriale. Successivamente viene affrontata un'analisi territoriale, nel quale sono studiati i diversi aspetti evolutivi di uso del territorio, delle sue risorse culturali, dei suoi fattori strutturanti,

caratterizzanti e identitari. Infine, viene anche esaminato sia il quadro pianificatorio di riferimento, quindi gli indirizzi e le strategie emanate dai Piani sovralocali e locali, sia la rete di attori locali del biellese. L'ultimo capitolo legge il caso studio e delinea la proposta di Distretto Alimentare Biellese, spiegando come si sia passati al Distretto Alimentare. Il capitolo si conclude con l'analisi di tutti quelle risorse sulla quale si basa la strategia di rilancio territoriale adottata dal Distretto Alimentare Biellese, cioè sui dati della produzione a livello comunale, delle progettualità, degli eventi enogastronomici e delle misure di riavvicinamento ai valori della tradizione culinaria. L'elaborato termina con le conclusioni, che sintetizzano gli obiettivi e le strategie perseguiti ed i limiti della proposta per una possibile applicazione pratica.

1. Il marketing territoriale come strategia per il rilancio dei territori

L'economia mondiale ha subito cambiamenti significativi negli ultimi anni, principalmente la globalizzazione in corso fa sì che l'offerta di beni materiali sia più strettamente integrata con l'offerta di servizi, poiché la competizione si sta espandendo su scala internazionale, piuttosto che locale, come invece lo era una volta. In Italia si è verificata una "metamorfosi", un passaggio da un'economia industriale ad una terziarizzazione delle attività. Il nord – ovest, che era la rappresentazione massima della concentrazione del sistema delle grandi aziende, si è visto trasformato in un territorio ricco di piccole e medie imprese, che ha portato alla nascita di un nuovo modello economico a cluster, definito in Italia come "distretto industriale". Bagnasco, negli anni '70, sostiene che vi sia un nuovo modello socioeconomico e territoriale che entra prepotentemente nel dibattito, corrispondendo alla società tipica del nord e del centro dell'Italia, regioni della terza Italia, che si contrappone alla prima (triangolo industriale) e seconda (scarsa produttività di imprese). Il modello di economia e società della terza Italia è proprio diverso dagli altri due, è basato su sistemi industriali caratterizzati da piccole imprese, molto efficienti, molto radicate sul territorio e caratterizzate da omogeneità politica e coesione sociale. Si collocano, solitamente, in città tra di loro coese e tradizionalmente omogenee dal punto di vista politico, comandate

da stessi partiti e con struttura insediativa diverse dalle grandi città del triangolo, ma città medio-piccole con lunga tradizione storica, come ad esempio in Piemonte la Provincia di Biella con il suo settore tessile. A differenza dell'industria fordista, che si posizionava in un campo di industria pesante, i distretti industriali si concentrano di più su quella leggera, come abbigliamento, artigianato, alimentare; lavorano su prodotti con domanda differenziata e variabile nel tempo e nello spazio, all'interno di mercati saturi e instabili, un mercato che segue la tendenza, scandito dalle novità. Per questo è richiesto alle imprese del distretto di essere snelle, flessibili e capaci di poter investire. I distretti hanno alle spalle una specializzazione manifatturiera ed artigianale, partono da una capacità acquisita di saper fare prodotti; i beni non sono massificati ma la caratteristica fondamentale è un bene di alta qualità. Il distretto stesso diventa il marchio del prodotto, come ad esempio lo sono i vini delle Langhe. Coesiste un senso di competizione e collaborazione allo stesso tempo, basandosi su vincoli di fiducia, prossimità e lavori pregressi, dando origine ad un fenomeno di comunità locale, basata su un'etica di lavoro di interessi e linguaggi, che caratterizza un territorio, influendo sul senso di appartenenza degli abitanti, di omogeneità locale. Con l'economia globale però, e la de-industrializzazione, ossia lo smantellamento e dislocazione di industrie, scompare tutta l'economia centrale della città, prima basata

sui tributi di quelle industrie, e di quegli operai, rimasti disoccupati per la dislocazione all'estero delle imprese.

Il cambiamento sul mercato avviene fin dai primi anni '80 e '90 dove viene avviata una ristrutturazione economica e una globalizzazione dell'economia. Quest'ultimo concetto definisce l'insieme di quei processi attraverso cui le economie nazionali diventano connesse tra loro mediante una serie di relazioni esterne. La possibilità di mettersi in connessione con diversi soggetti inizia ad innescare riflessioni su come poter creare reti tra città diverse che possano risultare nel tempo stabili ed efficaci. Nascono principalmente due tipi di rete: virtuale e fisica; questa divisione genera al tempo stesso due diverse correnti di pensiero, una afferma che viene sempre più enfatizzata la smaterializzazione dell'economia e della società, che ha come carattere distintivo la riduzione progressiva della rilevanza dello spazio geografico. In questa ideologia i luoghi fisici tradizionali verrebbero sempre più sostituiti da spazi virtuali o addirittura da spazi per la mobilità, considerati, sotto questo punto di vista, come elementi deturpanti del territorio, dato che ampliano esageratamente gli spazi creando barriere fisiche invalicabili e, di conseguenza, creano frammentazione all'interno del tessuto urbano. L'altra corrente di pensiero, invece, considera la città come insostituibile, un ambiente fisico con isolati e quartieri, luogo nel quale possono avvenire incontri tra soggetti e la dimensione sociale ne è la protagonista. Queste due ideologie

sintetizzano la percezione soggettiva che si può avere all'interno di una città, non è escluso che le due possano coesistere nello stesso ambiente, favorendo alcuni processi di sviluppo. Il periodo pandemico che abbiamo appena attraversato ha fatto capire l'importanza di avere delle reti virtuali più sviluppate, per poter svolgere online quelle attività che siamo soliti praticare in luoghi fisici distinti, come l'università, il lavoro, le palestre e attività di svago e tempo libero. Al contempo il periodo di isolamento di quarantena ha suscitato un forte senso di appartenenza verso quei luoghi fisici, costituenti le reti fisiche delle nostre città, che magari fino ad allora non consideravamo nemmeno, come ad esempio alcuni spazi comuni quali le piazze, cortili e parchi urbani o gli interstizi tra gli edifici. Si sente la necessità di prendersi cura di questi spazi attraverso piccoli gesti di vita quotidiana, in particolar modo adottando dei comportamenti più rispettosi nei confronti dell'ambiente, evitando di lasciare rifiuti in giro, non compiere azioni di vandalismo verso l'arredo urbano, mantenere gli spazi puliti e sicuri con dei piccoli lavori di manutenzione. È vero che l'ausilio delle reti virtuali aveva ridotto la frequentazione di questi spazi comuni, ma, come un paradosso, una volta che, durante la quarantena, ci siamo sentiti "sottrarre" questo beneficio, torniamo ad avere il desiderio di riappropriarcene. Inoltre, esiste una teoria delle reti di città, estremamente versatile che consente delle applicazioni differenti dell'idea di rete, permette ad esempio di interpretare le città come nodi di una rete

mondiale, entro la quale esse si muovono come soggetti collettivi, ossia formati da tante persone, stabilendo connessioni di natura competitiva e/o cooperativa. Le città, viste come poli delle attività umane, assumono anche forme diverse in base alla loro organizzazione interna. Si distinguono le città con una forma estremamente diffusa e frammentata, prive di un centro, ove tutte le parti con funzioni sono sparse in un territorio non più concentrico, si parla di dispersione di funzionalità; città con forme di agglomerato con grandi dimensioni spaziali e di bassa densità; città con quartieri esterni, le *Edge Cities*, caratterizzati da una concentrazione di funzioni terziarie sorte attorno alle intersezioni autostradali o aeroportuali; città con forma molto ampia ed estesa, nella quale i mezzi pubblici risultano scomodi o inesistenti per gli spostamenti. Tutto ciò vuole evidenziare il cambiamento d'uso della città negli anni, se una volta ci si doveva trasferire nelle grandi città per lavorare, vivere ed usufruire dei servizi, oggi invece è possibile lavorare nel centro città e poter vivere in aperta campagna. Oggi andare a vivere fuori città non è più un impedimento, ci sono: sufficienti infrastrutture di collegamento per spostarsi e raggiungere il posto di lavoro o di studio; presenza dei servizi base alla persona, nella quale rientrano addirittura le palestre, i centri di assistenza, i centri benessere e i servizi sanitari; presenza di strutture commerciali; raggiungibilità di diversi servizi di consegna online per acquisti di prodotti di qualsiasi tipo, inclusi quelli alimentari e di consegna

della spesa a domicilio, i quali, nell'ultimo periodo, si sono adeguati anche alla domanda di consegna di farmaci e risultati medici per gli individui che sono impossibilitati.

Tutti questi aspetti guidano ad una maggiore differenziazione delle offerte e ad un'intensificazione della concorrenza che beneficia di una maggiore trasferibilità delle risorse territoriali, che consente di ridurre le distanze tra le diverse aree geografiche che si sono diramate sul territorio; quindi, di correlarsi con competitors che in passato non erano considerati a causa della loro lontananza. La reperibilità delle risorse dà origine ad una vera e propria ricerca da parte delle PMI (Piccole Medie Imprese) e delle aziende alla scelta di un territorio che possa rispondere meglio alle loro esigenze, che generi un beneficio a vantaggio dei loro obiettivi. Il territorio viene inteso come un prodotto, ma non come prodotto di mercato, che viene definito in base alla domanda e quindi modellabile nelle sue parti; il prodotto territoriale è l'insieme di risorse e caratteri identificativi che lo rendono caratteristico di una certa area. Le sue risorse intrinseche e lo rendono immodificabile.

Per studiare la domanda di un territorio è necessario ricorrere all'analisi di tutte quelle caratteristiche che lo possono contraddistinguere, come il sistema di integrazione degli attori economici, le sue risorse intangibili ed i suoi target per gli obiettivi di sviluppo della popolazione; è in questo caso

che la strategia del marketing territoriale subentra come ausilio nella costruzione ed il perseguimento di benessere che un territorio si prefissa.

Il marketing territoriale ha lo scopo di potenziare la posizione competitiva del territorio per attrarre investimenti produttivi esterni, migliorandone l'immagine. La sua principale funzione è quella di manifestarsi attraverso varie attività per la gestione delle relazioni con diversi stakeholders, che ne influenzano le scelte strategiche. L'oggetto di queste attività è il value proposition, ovvero l'insieme di quelle caratteristiche del territorio attraverso cui vengono generati valori, esso si basa su tre diversi elementi: il territorio, l'identità territoriale e i prodotti territoriali.

Il territorio si può definire come "un sistema di insieme di attori e di risorse, sede di attività e di relazioni, e guidato dal sub-sistema costituito dal sistema di governo" (Caroli, 2006: pp. 19 – 20). È un sistema dinamico, in continua evoluzione sia temporale, in quanto dipende dall'evoluzione antropica e quindi al continuo evolversi delle interazioni che sfruttano e mutano le risorse, sia delle sue componenti, essendo un sistema vivo capace di degradarsi. La parte più vulnerabile di un territorio sono le sue risorse, che possono essere tangibili e intangibili, le prime possono essere facilmente riconducibili alle caratteristiche morfologiche di un sito, ad un riferimento del patrimonio paesaggistico – ambientale o storico – culturale o, infine, risorse che riescono a calamitare una forte attrattività turistica

ricettiva od economica, riferendosi alla dotabilità di servizi. Le risorse intangibili sono difficilmente individuabili, ma sono artefici della garanzia di successo di eventuali azioni che si svolgono sul territorio, ovvero si parla della qualità e della sicurezza che viene percepita dagli utenti ed in particolare della partecipazione attiva dei residenti alle attività di promozione e valorizzazione del territorio. Le risorse di un territorio sono di fondamentale importanza perché costituiscono la prima fonte sia di investimento che di finanziamento in grado di attrarre diversi attori, che possano operare le loro strategie e creare reti sociali.

La chiave di lettura fondamentale per un territorio è però l'identità territoriale, un concetto astratto che cerca di esprimere ciò che un territorio può rappresentare per i suoi fruitori. Viene ripreso in questo il concetto di value proposition, in quanto vi è una proposta di promessa di valori da parte del territorio che possa permettere di usufruire di diversi benefici. Esistono diversi tipi d'identità, la loro differenziazione può derivare sia da analisi oggettive, che non lasciano dubbio riguardo la vocazione di un territorio, come ad esempio per Roma, la città eterna, riconosciuta a livello mondiale per la sua storia artistica ed architettonica, sia da analisi soggettive che invece associano ad un territorio identità multiple. Quest'ultimo concetto è di una complessità tale che esistono diversi approcci per riuscire a scinderne l'origine e la reale vocazione; uno dei primi passaggi che il marketing territoriale aiuta a compiere è quello di

un’analisi delle vocazioni, delle funzioni delle risorse e, soprattutto, della domanda del territorio. Il prodotto di questa analisi è generato da un processo ciclico finalizzato a soddisfare la domanda attuale attraverso dei prodotti territoriali, risorse che mirano a generare un’offerta attraverso la fruibilità, accessibilità e riconoscibilità.

Il processo strategico messo in atto dal marketing territoriale può essere finalizzato in due periodi temporali differenti: breve e lungo periodo. La differenza sta che nel breve periodo il processo è indirizzato a garantire un’adeguata offerta territoriale; mentre nel periodo a lungo termine lo scopo è quello di aumentare la capacità competitiva di un territorio, rispetto ad altri, creando così un’identità distintiva. Ultimamente una delle principali motivazioni che spingono alla trasformazione di un territorio è proprio quella di cercare un proprio spazio competitivo, affinché si inneschino fattori intrinsechi in grado di aumentare il modello di crescita di un territorio. Inoltre, il focus non è più incentrato sulla concorrenza tra imprese, ma tra le aree geografiche che possono ospitarle; la globalizzazione dei mercati e dei fattori di produzione significa prevede che aree geograficamente distanti ed estremamente remote competano tra di loro con il fine di attrarre investimenti interni,

L’approccio “competitivo”, però, non è da intendersi come una gara al raggiungimento di un controllo dell’ambiente o del potere politico amministrativo, ma è visto più come una capacità di un territorio di saper

acquisire e mantenere le risorse. La competizione ha successo quando si intuisce come accrescere le condizioni di sviluppo delle risorse, piuttosto che il loro mero utilizzo; è necessario delineare strategie di crescita che rendano le risorse di conoscenza del territorio le forze promotrici dello sviluppo locale, "strategia di sviluppo del territorio basata sulla conoscenza" (Knight, 1995). Tuttavia, è importante ricordare quanto dice Caroli sull'erroneità di confondere il marketing territoriale con la politica di sviluppo locale; l'attuazione di una politica richiede strumenti che non si riconducono solo al marketing territoriale, dato che persegue obiettivi di portata più ampia coinvolgendo sia l'assetto economico che civile e sociale.

Lo strumento principale per la promozione delle opportunità di sviluppo è il Piano Strategico, costruisce un disegno degli scenari in un arco temporale di medio – lungo periodo, individuando obiettivi strategici condivisi, secondo il metodo della raccolta delle istanze dal "basso", metodo "bottom – up". Questo Piano vanta di essere un meccanismo aperto, un insieme di parti che producono determinati risultati, nel quale vige una continua interazione capace di cogliere i mutamenti in atto e sapersi riconfigurare secondo questi; il punto di debolezza è però la grande complessità del sistema per la quale si origina incertezza. La pianificazione territoriale non è mai solo un disegno dello spazio, ma è anche un disegno della società, poiché è esito delle diverse culture

istituzionali e di conoscenze disciplinari. È un costrutto sociale, un coordinamento di azioni: di coerenza nello spazio e nel tempo, il processo è monitorato; flessibilità alle scelte che le trasformazioni determinano, adattandosi alle situazioni future, maturando nel tempo il raggiungimento degli obiettivi; trasparenza del processo di formazione delle scelte e delle loro motivazioni. Il Piano Strategico prefigura una previsione o strategia che costruisce una nuova vision del futuro assetto territoriale; il disegno di Piano non deve essere rigido e statico, ma deve accogliere in sé la componente valoriale, di costruzione di valori, di azioni cooperative, coalizioni ed alleanze che cerchino di comprendere la pluralità di attori interessati nei processi di trasformazione. L'idea alla base è quella di una condivisione sociale degli obiettivi e delle principali linee d'azione, condizione importante per la gestione e l'attuazione del processo. Più alta è la condivisione sociale, più è alta la stabilità del processo di pianificazione. Il dialogo non teme il conflitto, ma ascolta il contraddittorio. Quindi, la pianificazione strategica assume un carattere propositivo aperto e flessibile, rivolto ad organizzare il processo di decisione, mentre il Piano Strategico è il prodotto delle decisioni di una molteplicità di attori che la strategia tenta di mettere in rete, senza il quale non si può organizzare il processo. Il Piano visto come "patto sociale" riscontra più successo negli esiti finali, dato che più è alta la condivisione sociale più è alta la stabilità del processo di pianificazione. Gli obiettivi

finali del Piano costituiscono un elemento di stabilità, ma per farlo non possono essere frutto di scelte della sola amministrazione, bisogna che si affianchino altri metodi, da qui l'integrazione del marketing territoriale al processo partecipativo e condiviso delle scelte di definizione delle soluzioni e delle priorità di un territorio. Viene a formarsi un rapporto inscindibile con la pianificazione strategica, che permette di passare dall'azione del soggetto pubblico alla regolazione degli interessi.

La Pianificazione territoriale è, al tempo stesso, un rapporto tra conoscenza e azione; il ruolo degli studiosi è quello di mantenere saldo questo nesso sulla quale si sviluppa l'efficacia e la validità dei processi. Si aggiunge un'ulteriore accezione, quella cognitiva, dettata dalla razionalità e dall'approccio pragmatico di trovare soluzioni alle domande della società. Per elaborare soluzioni, il primo passaggio è la ricerca delle informazioni e la necessità di avere una visione più chiara di un territorio; l'inizio del ruolo strategico di un attore pubblico si fonda sulle capacità di programmare, promuovere e governare. Al principio, non esiste nessuna azione che non possa prescindere da una conoscenza, per essere in grado di realizzare non solo una soluzione strategica ma anche un riconoscimento dell'identità di un territorio e una forma di rispetto, attuato mediante un approccio conservativo e di valorizzazione. La strategia territoriale di marketing nasce dalla costruzione di un network di stakeholders, ovvero tutti quei soggetti od individui che possono essere

attivamente coinvolti in una dinamica economica nel quale investono i loro interessi, dopodiché, si aprono una serie di successive fasi per il raggiungimento del progetto di strategia.

La fase iniziale del marketing territoriale è anche quella più importante, consiste nell'analisi strutturale dell'area di riferimento; il processo di indagine dell'area ha inizio con lo studio delle principali caratteristiche del territorio preso in considerazione, e lo strumento di supporto per questa fase è quello della SWOT, che risponde ad un'esigenza di razionalizzazione dei processi decisionali. L'analisi SWOT risale agli anni '60, grazie all'ideazione dell'economista statunitense Albert Humphrey, che l'adottò nel campo dell'economia aziendale; il suo primo impiego avvenne negli anni '80 per analizzare scenari alternativi di sviluppo in ambito pubblico. La definizione di analisi SWOT è data dall'acronimo di Strenghts (punti di forza), Weaknesses (punti di debolezza), Opportunities (opportunità) e Threats (minacce), che stanno ad indicare gli obiettivi dell'analisi, ovvero l'individuazione di fattori caratteristici che persistono in un certo territorio. I punti di forza e di debolezza che si riconoscono sono di solito fattori endogeni, cioè propri del contesto in analisi, spesso oggetto di interventi politici o strategici che mirino ad interventi di riqualificazione, rigenerazione o valorizzazione urbana. Le opportunità e le minacce si riferiscono a fattori esogeni, derivanti dal contesto esterno, per questo le minacce dovrebbero essere

mantenute sotto controllo per essere ridotte o addirittura che fungano da linee guida per far sì che non si possano più verificare. L'individuazione dei fattori avviene principalmente con l'aiuto di un'analisi funzionale pregressa, riguardante la raccolta dati degli aspetti sociodemografici ed edilizio insediativi, della viabilità, delle destinazioni d'uso preesistenti, ecc., che permette una schematizzazione valutativa generale delle relazioni che coesistono nell'area. L'analisi SWOT permette inoltre di accompagnare il ragionamento di valutazione in diversi momenti di elaborazione dei dati raccolti: ex ante, in modo tale che nessun fattore venga omesso da possibili interpretazioni così da poter favorire la completa integrazione; in itinere, verificando se possibili linee di azione intraprese siano ancora coerenti con l'idea progettuale ipotizzata; ex post, per un confronto con i risultati finali.

La seconda fase di un adeguato progetto di marketing territoriale consiste nell'analisi del mercato, nel quale, successivamente ad una raccolta collettiva delle istanze, possono iniziarsi a definire le priorità e valutare le condizioni sociali, economiche e territoriali. Vengono analizzate le caratteristiche dei possibili investitori, il quale permette di modellare il progetto di marketing in base alla domanda del mercato e alle esigenze richieste. In questo passaggio non avviene uno sradicamento dell'identità territoriale, ma bensì un adattamento capace di migliorare le proprie caratteristiche in modo tale da poter rispondere ai nuovi bisogni

che la società richiede. La capacità di saper distinguere a quale tipo di concorrenza e quali competitors voler seguire è fondamentale, perché determinerà il futuro sviluppo del territorio e la presa di politiche locali mirate a perseguire determinati obiettivi. L'analisi della concorrenza ed il confronto con altri territori viene effettuata tramite la messa in pratica di metodologie che aiutano a identificare le pratiche gestionali migliori, facendo il paragone dei risultati economici ottenuti. Il parametro di riferimento che può essere utilizzato è il benchmark, un indicatore di riferimento oggettivo per il confronto delle performance. L'insieme di tutti questi dati raccolti costituisce l'offerta, definita come "pacchetto localizzativo"; quest'ultimo viene sottoposto all'attenzione degli investitori potenziali scelti i quali potranno dettare degli orientamenti di customizzazione. In questo modo si offre la possibilità all'investitore di poter modificare la propria esperienza in base a quelle che sono le sue esigenze, così da raccogliere ulteriori dati e feedback per il territorio utili a plasmare l'offerta; lo scopo non è vendere quello che si ha, ma provare a dare quello che ci si aspetta di vedere in un determinato territorio. Si adopera in questo caso un tipo di valutazione necessaria in tutti i casi in cui è necessario trovare la causa di scostamenti significativi tra determinati dati o variabili chiave del progetto. La Gap Analysis è un processo analitico per determinare il divario tra conformità e risultati attesi per determinati fattori, soggetto a valutazione; aiuta nella costruzione della

valutazione sulla fattibilità di un processo e sulla valutazione dei costi e benefici.

La terza ed ultima fase si occupa della vendita del territorio, grazie ai risultati attesi dalle fasi precedenti verranno individuate delle aree idonee alla vendita del "prodotto". A tal punto possono essere elaborate politiche strategiche di promozione, comunicazione e vendita del territorio.

La definizione di una strategia di marketing territoriale non si conclude con la sua semplice prescrizione, essa è integrata da trasformazioni che mutano le istanze in azioni o progetti realizzabili; perché il processo risulti stabile e privo di ostacoli è necessario che vi sia una costante valutazione della coerenza delle azioni, monitorandone l'efficacia. Tutto il processo è finalizzato al rilancio e alla "vendita" del territorio e all'attuazione di quegli interventi che lo possano riportare ad una situazione di economia e vita sociale attiva. Ma perché un territorio ha bisogno di essere rilanciato? Come è stato detto in precedenza il territorio è un sistema vivo, giorno dopo giorno deve essere nutrito, bisogna prendersene cura, perché è l'ambiente in cui noi viviamo. Nel suo concetto di sistema, l'area geografica di interesse non può crescere all'infinito; esiste infatti un periodo di involuzione dovuto alla progressiva disintegrazione. Questo stadio si denota con il crescente individualismo

all'interno del sistema, che risponde autonomamente alle richieste di mercato, determinando una riduzione del valore del sistema stesso.
L'obiettivo della pianificazione strategica di marketing territoriale è quello di guidare il territorio d'interesse attraverso le sue fasi di maturità, declino e nuove fasi di sviluppo, così da garantire uno stato attivo di competitività verso gli altri sistemi territoriali.

Le performance economiche non scandiscono soltanto gli intervalli di un arco temporale, ma anche il ciclo di vita di un territorio che è costituito da quattro diverse fasi. "Nella fase di depressione, l'area è dotata solo di fattori di base quali la presenza di materie prime o un basso costo della mano d'opera. Le imprese potranno essere indotte a localizzarsi in quelle aree, solo se motivate dalla riduzione dei costi, non essendoci ancora le condizioni per innescare un processo in grado di innescare delle economie di localizzazione. In questa fase il compito della pianificazione e del marketing territoriale si dovrebbe focalizzare nel decidere quali investimenti promuovere e incoraggiare, in funzione delle caratteristiche sociali e delle sinergie che tali investimenti possono stringere con gli altri settori economici. Se l'area si trova in una fase di depressione, rivolgerà la sua attenzione a degli investimenti esterni di tipo greenfield. Nella fase di sviluppo, l'offerta localizzativa di servizi qualificati e di laboratori di ricerca diventa la discriminante in grado, sia di sostenere i sistemi locali nella fase di innovazione, sia di dilatare nel tempo gli esiti delle economie

di localizzazione, innescando degli effetti circolari cumulativi, in grado di rallentare le conseguenze dovute alle diseconomie di urbanizzazione ed aumentare i vantaggi competitivi acquisiti. Le imprese interessate sono, dunque, quelle che ricercano caratteristiche particolari dell'area. Gli investitori sono portati ad ampliare le dimensioni dei propri investimenti locali. Nella fase di maturità, le aree tendono sempre più ad assomigliarsi ed a offrire le stesse condizioni. La concorrenza, in questo caso, inizia a spostarsi verso la possibilità del territorio di fornire sia un sistema di relazioni endogene in grado di favorire il processo di ristrutturazione del processo produttivo al fine di operare in modo più efficace ed efficiente, sia aree ad un prezzo inferiore rispetto ad altre realtà concorrenti. Nell'ultima fase, quella del declino, le caratteristiche del territorio sono diventate ormai obsolete e non possono più essere usate per attrarre imprese. In questo caso, si parla di processo di de-industrializzazione. L'area non è più attrattiva ed occorre che si proceda ad una nuova industrializzazione. Ci troviamo nella fase involutiva in cui la segregazione progressiva porterà alla dissoluzione dell'area ed alla nascita di nuove aree." (Zucchetti, 2008: pp. 18 – 19).

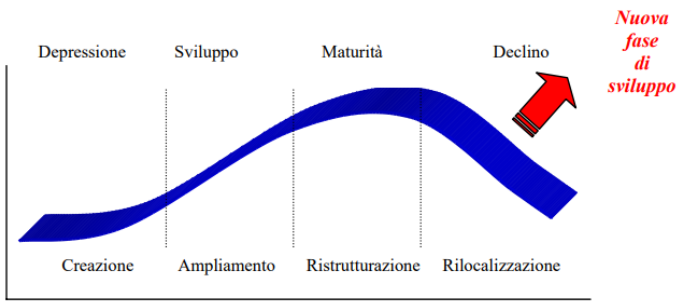


Figura 1 - Ciclo di vita del territorio

In questo elaborato si vuole focalizzare l'attenzione sull'ultima fase di declino; è emerso che i territori che affrontano questa fase possiedono ambiti in cui le funzioni che li avevano caratterizzati sono stati dismessi completamente, come ad esempio l'abbandono di aree industriali, lo spopolamento di alcune aree, che genera a sua volta un declino sociale ed economico dell'intero territorio. Questo avviene soprattutto in quei territori che hanno visto la loro espansione, ad esempio, grazie ai fenomeni di turismo stagionale; le crisi economiche che hanno attraversato la nostra epoca, la recente pandemia, i cambiamenti climatici, sono tutti fattori che hanno influito soprattutto nella dismissione dei stabilimenti turistici, colpendo vaste porzioni di territorio che si sono spopolate, distruggendo così qualsiasi tipologia di mercato.

Il turismo è stato potenziato grazie alla promozione di investimenti e iniziative di rilancio dei beni dismessi, che sono stati a lungo considerati superati e onerosi per la collettività, ma di fatto costituiscono un importante patrimonio storico e identitario. Il rilancio del territorio permette la conoscenza regionale, pienamente sperimentata durante l'anno, offrendo l'opportunità di uno sviluppo duraturo dell'economia locale. Tutto ciò aiuta anche a superare l'uso improvvisato del "mordi e fuggi" stagionali o dei brevi tour, caratteristici del turismo montano.

Infine, l'ultimo elemento su cui si basa il marketing territoriale sono i prodotti territoriali, ovvero combinazioni di risorse che sono in grado di soddisfare i bisogni di un certo target. L'Italia è da sempre una nazione dai mille volti, sapori e paesaggi ed è proprio per questo che negli ultimi anni si sta sempre più perfezionando il fenomeno della salvaguardia e valorizzazione di quelle che una volta venivano semplicemente definite le abitudini locali di un luogo, invece, oggi diventano risorsa per rilanciare un territorio definendole "prodotto tipico".

Il riconoscimento di questa risorsa culturale ha destato un forte interesse nel mercato, dato che questa nuova categoria merceologica risponde meglio di qualsiasi altra risorsa per attrarre nuovi utenti; in particolare contribuisce ad accrescere il valore di un'altra risorsa intangibile, quella della sicurezza e della fiducia nel consumare un prodotto autentico ed unico nel suo genere. La tipicità è spesso vista come uno strumento primario per affrontare i potenziali impatti negativi della globalizzazione sui sistemi basati sulle PMI ed è associata a contesti geografici specifici, spesso caratterizzati da debolezze.

1.1 Evoluzione della definizione di marketing territoriale

Si tenta di seguito di ricostruire l'evoluzione storica del marketing e le diverse definizioni che sono state date nella letteratura.

Lo sviluppo del marketing territoriale ha preso avvio in ambito accademico come disciplina pratica in Europa a cavallo tra l'Ottocento e il Novecento, quando iniziano le prime trovate pubblicitarie riguardanti i territori di neo-conquista. Durante le due guerre mondiali vi fu un'interruzione di tutte quelle implementazione di politiche di promozione degli investimenti in quei Paesi nella quale il marketing turistico era prevalente. Il dopoguerra fu il periodo di riparazione della disarmonia che si era creata nelle città, di fatti si affermarono politiche di pianificazione territoriale, estranee però al marketing che si rivelarono infruttuose. A partire dagli anni '80, con la crisi del settore manifatturiero e l'insorgere di nuovi scenari economici, che diversi territori sono ritornati ad riutilizzare gli strumenti di marketing, soprattutto per gestire il campo della comunicazione. Proprio quest'ultima situazione ha permesso di rigenerare l'economia locale, grazie all'attrazione di investimenti esterni, originando lo sviluppo del marketing territoriale (Paddison, 1993: p.339). Il marketing territoriale approda in Italia in un momento delicato di modifica della gestione del territorio, influenzato da scenari come la globalizzazione, l'integrazione europea, la concorrenza tra i territori.;

rimane il fatto che i Paesi che hanno visto la maggiore espressione e diffusione del marketing territoriale sono la Francia, la Gran Bretagna e l'Olanda. In Europa vengono individuati due livelli di competizione territoriale, una interurbana e l'altra intra – urbana, che di fatto scompensano gli scenari di mercato interni di una città, creandone dei nuovi con l'applicazione del marketing territoriale per adeguarsi alle modifiche, come è avvenuto nella città olandesi.

Per quanto riguarda la definizione di marketing territoriale nella letteratura si possono trovare diversi concetti. La prima cosa che appare evidente è che questa disciplina è composta dall'unione di due termini, marketing e territorio; questo accostamento è sembrato essere, nei primi anni della sua pratica, la semplice comparsa di una nuova terminologia per un set di tecniche che sono rimaste sostanzialmente immutate (Paddison, 1993: p.340). Nel corso degli anni, abbiamo assistito al proliferare di numerose aree tematiche come marketing sociale, marketing non profit, marketing pubblico, marketing artistico e marketing territoriale. Quest'ultimo tiene conto dell'attuazione da parte del territorio delle dinamiche di scambio all'interno della società; considerato un "bene pubblico" non ha scopo di lucro e non punterà allo sviluppo economico come unico obiettivo, ma supporterà la finalità di creare un valore pubblico e migliorare la qualità della vita della popolazione. Il marketing

territoriale è stata una disciplina “incompresa”, non si è creato da subito un impianto teorico capace di sostenerla; in un saggio del 1994 Dematteis sostiene che l’espressione “marketing urbano” è una contraddizione di termini, perché il connesso valore intrinseco è determinato dalla sommatoria di vantaggi indivisibili, non vendibili e difficilmente adattabili alla domanda. Anche Sforzi, altro autore contemporaneo a Dematteis, afferma che il concetto di marketing territoriale è “un’idea complessa, difficile da focalizzare, in cui le teoria di base vive ancora una fase rudimentale e, specialmente quando deve essere messa in pratica, si trova ancora nello stadio dell’infanzia”. Sempre nello stesso periodo Corsico nota come il concetto marketing territoriale, se usato con articolazioni diverse, potrebbe celare tre differenti metafore, ovvero: marketing nella città, dove la città è intesa come mercato in cui si svolge un sistema di scambi; marketing della città, dove la città si qualifica come merce, termine dell’azione di marketing e oggetto dello scambio; marketing fatto dalla città, dove la città si caratterizza come impresa ovvero svolge attivamente azioni di marketing. Nessuna di queste tre metafore sembra esaurire la complessità del problema, ma evidenzia la sovrapposizione causata da simili espressioni, che attualmente mancano di una struttura unitaria. La letteratura italiana predilige la terza metafora, sottolineandone i limiti e le avvertenze, sostenendo l'applicabilità del marketing al territorio assimilando le dinamiche territoriali a quelle dell'impresa; anche

se non può essere paragonato totalmente al marketing delle grandi imprese, che utilizzano un approccio differente nella gestione delle città.

Il concetto di marketing territoriale viene comunemente descritto come un insieme di strumenti aziendali traferiti ai territori con lo scopo di raggiungere obiettivi di sviluppo locale, mentre è più raro che questo venga descritto come una disciplina.

Uno dei primi autori in Italia che mette in rilievo quest'ultima peculiarità del marketing territoriale è Caroli che afferma che il marketing territoriale è una disciplina che costituisce una parte delle politiche di sviluppo locale, i suoi interventi sono finalizzati a migliorare la ricchezza di un territorio accrescendo, quelle che sono state definite precedentemente, le risorse intangibili; grazie all'approfondita conoscenza che opera nell'indagare le esigenze di un luogo fornendo così una preziosa elaborazione per i progetti strategici che potranno essere operati, dando linee guida sulla proposta alle autorità competenti e controllando le azioni di intervento. Inoltre, Caroli aggiunge che "il marketing territoriale non interviene se non parzialmente e in casi specifici nella progettazione e realizzazione delle caratteristiche strutturali di un'area geografica." (Caroli, 2009: p. 58). Questa confusione che erroneamente fa pensare ad una similitudine tra i due concetti, di marketing territoriale e gestione del territorio è data dal crescente "livello di «imprenditorialità» dell'azione del governo locale", di fatti, il grado di responsabilità nello sviluppo

territoriale, affidato ai governi locali, sta continuando ad aumentare, così come la loro autonomia nel prendere decisioni strategiche per attrarre nuovi potenziali investitori.

Un altro possibile errore di valutazione che può essere fatto, è quello di considerare il marketing territoriale come una modalità di pianificazione territoriale; è vero che il piano urbanistico è molto sensibile all'offerta basato sulle opportunità che ha un'area, ma ha come obiettivo primario quello di ottimizzare l'uso degli spazi attraverso risoluzione di tipo ambientale. "La funzione fondamentale del marketing del territorio consiste nello sviluppare un sistema di relazioni efficaci tra il contesto geografico e le imprese". (Caroli, 2009: p.60). Il piano del marketing è orientato alla domanda in soddisfacimento delle esigenze degli utenti; in principio questa sua volontà deriva dalle finalità che la Commissione Europea aveva fissato per lo sviluppo sostenibile di una città. Queste comprendono la coesistenza di un equilibrio e coesione sociale, una sostenibilità ambientale e una competitività economica; la complessità di queste tematiche è propria della difficoltà di gestione di un territorio ed è così che il marketing riesce a fornire quella serie di strumenti utili per realizzare un obiettivo dello sviluppo sostenibile. L'insieme dei benefici che derivano dalla coesione sociale e le risorse disponibili da poter utilizzare aumentano la capacità di generare una competitività sul territorio in grado di distinguersi dalle altre e di migliorare le sue

dinamiche, stimolando interventi di sviluppo per una corretta percezione del territorio.

Nella letteratura riguardante il marketing territoriale vi sono ancora diversi autori che hanno espresso nel decorrere degli anni differenti teorie, di seguito si tenterà di realizzare una rassegna letteraria, in ordine temporale crescente, che raccolga le definizioni principali.

ANNO	***STATO***	***AUTORE***	***DEFINIZIONE***	***CONCETTI CONSIDERATI***
1988	Olanda	Ashworth e Voodg	City marketing describes various ways in which cities can improve their competitive position in a market (…) City marketing can be described as a process whereby urban activities are possible related to the demands of targeted customers so as to maximize the efficient social and economic functioning of the area concerned in accordance with whatever goals have been established. This idea can be applied at many spatial scales and thus city marketing can be viewed as a part of broader geographical marketing alongside regional or even national marketing.	- Disciplina - Mercato - Obiettivi socioeconomici - Migliorare la posizione competitiva
1989	Italia	Stanton e Varaldo	Il marketing come un'attività di stimolo e di servizio nei confronti della domanda	- Prodotto di mercato

1992	Francia	Texier e Valla	Les actions individuelles ou collectives pour attirer des activités nouvelles sur son territoire, favoriser le développment des enterprises exerçant localement leur activité, et promouvoir globalement une image favorable.	- Obiettivi economici - Attrarre investimenti nel mercato - Promozione dell'immagine del territorio
1993	America	Kotler, Haider e Rein	Il marketing territoriale è l'insieme di attività volte a definire il corretto mix di caratteristiche strutturali e di servizi offerti dall'area, stabilire un valido sistema di incentivi per gli attuali e potenziali utilizzatori dell'offerta del territorio, individuare modalità efficaci di distribuzione dell'offerta territoriale, promuovere l'immagine del territorio in maniera che i potenziali utilizzatori ne percepiscano correttamente il valore.	- Obiettivi sociali ed economici - Creazione di un sistema di incentivi - Promozione dell'immagine del territorio
1994	Olanda	Van Den Berg, Bramezza, e Van Der Meer	Il marketing della città è l'analisi, pianificazione e implementazione di programmi che mirano a creare, costruire, mantenere rapporti e scambi vantaggiosi con i mercati relativi al fine di raggiungere obiettivi organizzativi.	- Strumento di gestione di programmi per le politiche locali - Obiettivi organizzativi

1997	Italia	Storlazzi	La capacità gestionale o addirittura imprenditoriale del sistema pubblico che opera per lo sviluppo di un certo contesto viene a realizzarsi secondo un approccio che si definisce di marketing territoriale.	- Strumento per lo sviluppo economico locale
1998	America	Baker	Il marketing territoriale, come ogni altro filone di marketing, è emerso e si è sviluppato in sede accademica come una disciplina di matrice pratica.	- Disciplina
1999	Italia	Paoli	Tutte quelle attività che, esercitate su uno specifico spazio geografico, possono rendere un'area attrattiva per un prescelto gruppo di investitori logistico-industriali, sui bisogni percepiti del quale (o dei quali) si attuato il disegno delle caratteristiche dell'area stessa.	- Attrarre investimenti nel mercato - Politiche di prodotto, di immagine e di comunicazione - promozione
1999	Italia	Caroli	Il marketing del territorio è una funzione che contribuisce allo sviluppo equilibrato dell'area, attraverso l'ideazione e l'attuazione di un'interpretazione delle caratteristiche in chiave di offerta che soddisfa segmenti identificati di domanda attuale e potenziale; questa soddisfazione è realizzata attraverso la creazione di un valore netto positivo. Sul piano strategico, il marketing del territorio è	- Disciplina - Promozione della competitività economica - Obiettivi sociali ed economici - Attrarre investimenti nel mercato

			un'intelligenza d'integrazione e di fertilizzazione.	
2000	Italia	Valdani e Ancarani	L'analisi dei bisogni degli stakeholder e dei clienti/mercati volta a costruire, mantenere e rafforzare rapporti di scambio vantaggiosi con gli stakeholder (marketing territoriale interno) e con i pubblici esterni di riferimento (marketing territoriale esterno), con lo scopo ultimo di aumentare il valore del territorio e delle imprese e l'attrattività degli stessi, attivando un circolo virtuoso soddisfazione - attrattività- valore.	- Attrarre investimenti nel mercato - Promozione dell'immagine e della competitività economica - Obiettivi sociali ed economici
2007	Italia	Chiarello	Il Marketing è la scienza che studia il mercato, con lo scopo di sviluppare gli scambi dei prodotti e servizi utili a soddisfare i bisogni e i desideri immediati e futuri dei consumatori, nella prospettiva di realizzare il profitto aziendale e il benessere individuale e collettivo. - Il Marketing Territoriale è la disciplina che studia il territorio e il mercato degli investitori, con lo scopo di rilevare dati e informazioni utili alla definizione e attuazione di un piano strategico di marketing territoriale, condiviso da operatori pubblici e	- Attrarre investimenti nel mercato - Obiettivi organizzativi ed economici - Promozione del territorio - Disciplina - Piano strategico di marketing per la promozione del territorio

			privati, incentrato sulla promozione e vendita dell'offerta territoriale (cioè un prodotto sostanziato da un insieme di servizi infrastrutturali, energetici, formativi, etc.) in cambio di nuovi investimenti profittevoli, i quali, senza stravolgere l'ambiente e la cultura, possano risultare di aiuto anche in termini di rafforzamento della competitività e dell'internazionalizzazione delle imprese, nella prospettiva di accrescere il tasso di occupazione e quindi il benessere sociale.	
2008	Italia	Zucchetti	Veniamo così a definire marketing territoriale quelle regole di marketing applicate ad un territorio accomunato da fattori storici, economici, sociali ambientali e naturali, mentre, con il termine marketing city si vuole intendere quelle regole che vengono applicate per la valorizzazione e lo sviluppo di un ambiente urbano. In altre parole attribuiamo al marketing applicato ad un territorio delle diverse scale di rappresentazione, dall'ambiente urbano a quello territoriale.	- Promozione del territorio composito di diversi fattori - Diverse scale di rappresentazione consentono di evidenziare l'organicità del territorio

2018	Italia	Pettenati	Il marketing territoriale restituisce in tal modo l'immagine di un territorio fluido in divenire […], ma disposto ad arricchirsi e ad accogliere nuovi innesti.	- Politiche di prodotto, di immagine, di comunicazione e promozione

Dalle considerazioni precedenti questo paragrafo e da quest'ultime definizioni tratte dal panorama letterario principale, si può affermare che il marketing territoriale sia ritenuto un insieme di strumenti aziendali capaci di operare sull'immagine, rilancio e promozione, di un territorio. Il territorio italiano primeggia nel mondo per la presenza di un ricchissimo patrimonio artistico e culturale; con il primato internazionale per numero di siti dichiarati dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità (54 in totale, di cui 49 a carattere culturale e 5 naturale) e una posizione geografica che fin dall'antichità l'ha arricchita di storia e arte, l'Italia è la culla di un valore inestimabile in termini culturali (UNESCO, 2021). Il territorio potrebbe essere una fonte di valore economico, se vi fosse una struttura di qualità sufficiente ad attrarre una gamma completa di turismo culturale con un'offerta solida e diversificata, che permetta alla ricchezza generata dai beni di tornare al territorio. Alcuni beni però non sono immediatamente riconoscibili perché conservati nella memoria dei popoli, manifestandosi nei costumi e nelle tradizioni, un esempio, è il cibo considerato come

elemento di identità culturale, sul quale si soffermerà di seguito l'analisi di questo elaborato e la proposta di progetto.

1.2 Il cibo come elemento di identità culturale

Il fattore culturale è considerato un caposaldo della nostra società, è un insieme di tutte le credenze, usi e costumi condivisi; le caratteristiche di una comunità vengono determinate di solito attraverso risorse tangibili, come testi, architetture storiche, utensili tradizionali e ricette, e risorse intangibili, come i miti e le storie; questi due tipi di risorse creano l'identità distintiva. La presenza specifica di attività o di prodotti può innescare sul territorio un processo formativo e educativo, generando una presa di coscienza del significato simbolico dell'identità di un luogo, implicando un senso di proprietà intellettuale che fa maturare un atteggiamento di tutela nel cittadino.

La grande varietà del patrimonio artistico e culturale italiano permette di definire il cibo come cultura. Lo storico Montanari afferma come "il cibo è cultura perché ha inventato e trasformato il mondo. È cultura quando si produce, quando si prepara e quando si consuma. È il frutto della nostra identità e uno strumento per esprimerla e comunicarla." Ogni luogo ha infatti le proprie usanze che sono dettate da tradizioni che si tramandano da secoli; il cibo non è visto più come un elemento per la sopravvivenza,

ma assume un senso di moralità, riuscendo a far esprimere ai soggetti un giudizio su ciò che può essere considerato buono o di cattivo gusto Tuttavia, è necessario integrare alla chiave di lettura di questa nuova concezione di cultura il rapporto che persiste tra i territori, un rapporto verticale, ovvero l'influenza che ha avuto l'usanza della "cultura popolare". In Italia, in particolare, la tradizione culinaria è radicata in ambiti che possiamo definire rurali, dove l'autoproduzione delle campagne e lo stile di vita conviviale degli abitanti in queste hanno creato forme di condivisione e di baratto, quindi circolazione essenzialmente di materie prime, considerate povere, come derivati del latte, legumi, ortaggi, che però messe insieme davano forma a piatti che oggi vengono catalogati all'interno della "cucina povera contadina". L'ipotesi di partenza è che la "naturalità" del rapporto tra produzione agricola, saperi e pratiche alimentari e ambiente, al centro della rappresentazione interna ed esterna della valle, sia in realtà parte di una complessa configurazione socio naturale e di un processo di costruzione sociale e politica della natura, così come definiti dall'ecologia politica (Pettenati, 2021: p.138). Esiste nella letteratura anche un altro tipo di rapporto tra cibo e natura che dà origine a due processi, la de – naturalizzazione e la ri – naturalizzazione. Il primo processo descrive l'addomesticatura della natura, liberata dai processi naturali durante la produzione alimentare, sviluppatasi all'insorgere dell'economia politica agraria e all'industrializzazione dei processi

produttivi. Al contrario il secondo processo, la ri – naturalizzazione, avviato agli inizi degli anni ’90, dato origine dalla sfiducia nei confronti dei sistemi di produzione agroalimentare, si articola a partire dal ruolo che la natura svolge nei processi sociali, culturali ed economici di costruzione della qualità del cibo (Pettenati, 2021: p.139).

Il cibo può essere paragonabile ad una sorta di linguaggio, Montanari lo definisce come scandito da vocaboli (gli ingredienti), da regole di grammatica (riferendosi alle ricette che danno senso ed ordine ai prodotti che lo compongono), da sintassi (l’ordine dei piatti del menù), e da retorica (parlando dei comportamenti conviviali che si innescano grazie alla consumazione). Come il linguaggio, la cucina esprime la cultura di chi la pratica, depositaria di tradizioni e dell’identità comunitaria, “il cibo diventa cioè un linguaggio, un sistema di comunicazione, un veicolo di identità culturale e perciò parte integrante di un popolo e della sua storia.” (Avesani, 2018: p. 190). Costituisce un veicolo di autorappresentazione e di comunicazione, non è solo uno strumento di identità culturale, ma è anche il primo modo, il più semplice ed elementare possibile, per poter avvicinarsi ad una cultura diversa e poterne iniziare e cogliere i suoi tratti specifici, decodificandone la “lingua” (Montanari, 2002: pp. 1 – 2). Viene riconosciuta la patrimonialità culturale che il cibo richiama, smuovendo le più profonde radici di un territorio, anche se questa retrospezione fa emergere come la conservazione di una certa identità, perché possa

rimanere “viva”, si debba modificare e ridefinire necessariamente per adattarsi alle nuove situazioni che incontra.

“Il cibo è uno dei più evidenti ambiti di mediazione, materiale e simbolica, del rapporto tra l’individuo, la società e le risorse ambientali – spesso rappresentate e definite come ‘natura’ – attraverso un articolato processo di elaborazione culturale, sociale e politica (Murdoch e Miele, 1999; Murdoch et al.,2000; Winter, 2005; Claval, 2012). Gli alimenti possono essere infatti interpretati come sostanze ‘liminali’, che mettono in relazione natura e cultura, l’interno del corpo e l’ambiente esterno (Bell e Valentine, 1997); come oggetti e soggetti che ibridano organico e inorganico, materiale e simbolico, sociale e naturale (What more,2002; Murdoch, 2006).” (Pettenati, 2018: p.138). Il cibo è un “fatto sociale”, mangiare è un atto che non si compie mai individualmente, […], esso rimanda ad abitudini, a scelte condivise culturalmente e socialmente (Dansero, 2014). È da aggiungere che ogni comunità culturale e religiosa è portatrice di cultura, le persone sono fortemente attaccate alla propria cucina e alle pratiche alimentari; il cibo non è una forma di sopravvivenza, ma è un bisogno culturale. È in grado di far sentire a “casa” qualsiasi individuo che cucini in un territorio estraneo, circondato da quella che non è la sua comunità, questo accade perché l’atto di cucinare e conoscere nuove ricette ed usanze avvicina le persone alla condivisione e alla comunicazione. La curiosità è quel qualcosa in più che ci spinge a

migliorare ogni giorno (Toffoletto); osservare e conoscere , solo con questo metodo si è in grado di comprendere il valore delle culture che non conosciamo. Spesso si parla di voler assaggiare o provare a riprodurre un prodotto tipico di un cultura che non si conosce, questa intenzione in realtà scava nella memoria, in modo tale da provare a raccogliere testimonianze. Il prodotto tipico è un elemento di rilevante importanza all'interno di una cultura, esso raggruppa in sé le diverse tecniche di produzione alimentare e i diversi prodotti tradizionali, quali strumenti, materie prime, ricettari, ecc. Il consumo del prodotto tipico e l'osservazione della sua realizzazione, mediante pratiche alimentari, sono una "scatola dei ricordi" per un nuovo utente al quale viene permesso di lanciare uno sguardo al passato ed ad immaginare la costruzione identitaria di un territorio.

1.2.1 Politiche urbane del cibo

A cavallo tra la fase di declino di un territorio e la nuova fase di sviluppo vi è un importante momento di riflessione da parte degli enti territoriali e dei soggetti interessati sulle finalità di rilancio. In questa fase intermedia si affronta il destino di un territorio; i dati raccolti precedentemente, nel momento di analisi strutturale, fungono da ossatura per la strutturazione di nuove forme di economia. Restando sul tema del cibo, come elemento culturale, "fatto sociale" e ambito di mediazione,

come precursore di ricchezza, convivialità, benessere e turismo, si è pianificato negli ultimi anni di investire su questa risorsa, attuando delle economie del cibo, capaci di ricostruire nuove o rinnovate identità territoriali delle città. La nostra Regione Piemonte, ad esempio, è da sempre basata, oltre che nel settore automobilistico industriale, sulla produzione di alta qualità dei prodotti alimentari, quali il cioccolato, i vini, le carni ed i formaggi; le strategie di marketing territoriale hanno puntato molto sull'enogastronomia, gli stakeholder che hanno permesso in questo caso la riuscita di questa nuova forma di economia regionale sono dei grandi investitori internazionali (Lavazza, Ferrero, Slow Food, il Centro per l'UNESCO, ecc.), che hanno conosciuto il territorio, creduto nella potenzialità delle sue risorse ed investito per un florido sviluppo locale.

Un'altra accezione che si dà al termine "cibo" può essere quella di patrimonio immateriale, proprio perché questo è riconosciuto da una collettività. Secondo la Convenzione del 2003, all'articolo 2, per Patrimonio Immateriale "*s'intendono 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." Rientrando nella definizione di Patrimonio Immateriale il cibo ha accesso alla salvaguardia, che sempre all'articolo 2, comma 3, viene formulato che "*per "salvaguardia" s'intendono le misure volte a garantire la vitalità del patrimonio culturale immateriale, ivi compresa l'identificazione, la documentazione, la ricerca, la preservazione, la protezione, la promozione, la valorizzazione, la trasmissione, in particolare attraverso un'educazione formale e informale, come pure il ravvivamento dei vari aspetti di tale patrimonio culturale.*" È in questo contesto teorico che stanno emergendo le applicazioni di politiche urbane del cibo, come misura volta alla "valorizzazione", "promozione" e "ravvivamento". Le città promuovono strategie alimentari multisettoriali, in stretta connessione al concetto di filiera e alle produzioni alimentari. Queste politiche del cibo non sono completamente nuove all'interno della sfera internazionale; vengono comunemente chiamate Food Strategies ed hanno avuto il loro primo sviluppo in America e in Canada, nei quali problemi di accesso al cibo e di salute hanno richiesto la presa di provvedimenti di risposta alle problematiche. Di qui, all'impiego di queste politiche urbane del cibo hanno aderito diversi Stati nel mondo, tra cui l'Australia, la Cina, il Regno Unito ed il Brasile. Gli ultimi arrivati sono stati i Paesi del sud Europa,

compresa l'Italia; Milano è la prima città italiana ad aver approvato una politica urbana del cibo (Toldo, 2018: p. 24).

La politica urbana del cibo si fonda sui principi di sostenibilità, resilienza, equità e giustizia, che al tempo stesso rappresentano gli obiettivi da voler raggiungere; è una politica volontaria ad alto contenuto partecipativo di coinvolgimento dei cittadini e di qualsiasi attore portatore di interesse. Si manifesta attraverso due forme: la prima è quella in cui le istituzioni, le amministrazioni, i produttori, i consumatori ed altri attori della società danno vita ad azioni derivanti da un dialogo, in alcuni territori, spesso nelle aree più rurali, per questo motivo si assiste a numerose iniziative legate all'alimentazione e alla cultura; la seconda forma vede gli enti pubblici collaborare con attori privati per dare vita ad un percorso pianificato composto da una serie di azioni costantemente monitorate, affinché perseguano sempre gli obiettivi che la politica urbana proponeva, quest'ultimo passaggio di monitoraggio è fondamentale per garantire l'applicazione degli impegni che vengono promessi alla popolazione. La struttura di queste politiche è variegata e strettamente interconnessa alle particolari peculiarità ed esigenze di un determinato territorio; nonostante questo, le politiche alimentari seguono uno schema guida comune che individua alcuni passaggi necessari che non possono essere tralasciati ad interpretazioni del sistema; se ne distinguono sette. Il primo passaggio è la fase iniziale che raccoglie gli interessi dei singoli; il

secondo passaggio è l'adozione del processo da parte degli attori e dei soggetti pubblici, viene definita appunto fase di istituzionalizzazione; il terzo passaggio è analitico per la valutazione del sistema alimentare e la mappatura degli attori; il quarto passaggio prevede l'inizio del processo partecipato coinvolgendo qualsiasi stakeholder e attore alla definizione degli obiettivi necessari; il quinto passaggio consiste nella prima dichiarazione degli intenti concordati che vengono raccolti in un rapporto dai soggetti collettivi; il sesto passaggio vede la struttura della governance alimentare, Food Policy Council; settimo ed ultimo passaggio è l'adozione del documento strategico.

Secondo l'IPES Food (International Panel of Experts on Sustainable Food Systems) le politiche urbane del cibo sono come azioni concertate da parte delle amministrazioni cittadine per rispondere alle sfide legate al cibo, che emergono attraverso un significativo coinvolgimento della società civile e di altri attori. Più in generale si può definire che sono politiche traversali che interessano settori economici e dell'amministrazione pubblica differenti, con forti differenze nelle varie aree territoriali, una diversa e multiforme rappresentanza degli interessi di stakeholder, che vengono attuate attraverso modelli di governance (Dansero, 2019). Ma il perché le città abbiano bisogno di politiche urbane del cibo viene spiegato dal rapporto "Food in the Antropocene" nel quale si conferma una drammatica situazione che il sistema alimentare sta

affrontando, ovvero che "*la produzione, la trasformazione e la distribuzione del cibo sono tra i fattori che più incidono su fenomeni quali il cambiamento climatico, la perdita di biodiversità, l'utilizzo delle risorse idriche, i cicli dei nutrienti e i cambiamenti dell'uso del suolo*." La globalizzazione ha inciso notevolmente sul mercato alimentare, la crisi dei prezzi agricoli ha dimostrato quanto il sistema alimentare sia fragile ai cambiamenti. Il rapporto produttore – consumatore è andato alterandosi, il sistema alimentare è strettamente correlato al sistema demografico della popolazione; come in un'equazione al crescere dei consumatori si rimodella il modo di produzione del cibo, che nella maggior parte dei casi viene massificato, peraltro per sostenere i ritmi e le quantità necessarie, vengono usati prodotti che minano alla qualità della materia. La catena di eventi negativi che ha avvio dall'uso improprio del suolo, provoca effetti sull'economia, sul benessere della popolazione e sull'identità del territorio.

Di recente, l'interesse di recuperare situazioni che potrebbero nel tempo rivelarsi completamente irreversibili ha mosso le amministrazioni cittadine nel ricercare modalità di integrazione e protezione delle aree agricole e delle funzioni sociali ed economiche. Le città assumono la funzione di nodi geografici di transizione strategica che possono sfruttare il vuoto politico generato dall'assenza di politiche urbane del cibo, al fine di sviluppare sistemi alimentari più sostenibili (Sonnino, 2019).

Le politiche del cibo in Italia sono indirizzate verso una ricucitura fisica (quindi ecologica), simbolica ed economica tra la città e la campagna attraverso una serie di azioni e strumenti che coinvolgono tutte le fasi delle filiere alimentari (Marino e Mazzocchi, 2019: pp. 27 – 28). Inoltre, queste politiche urbane del cibo sono coerenti e seguono le sfide e gli obiettivi lanciati dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e dei 17 SDGs (Sustainable Development Goals), in particolare l'obiettivo 2 "Zero Hunger", nel quale si tenta di raggiungere la sicurezza alimentare e una migliore nutrizione, promuovendo un'agricoltura sostenibile.

1.2.2 Esempio di applicazione di politiche urbane del cibo all'interno della Città Metropolitana di Torino

In Italia vi sono state diverse politiche urbane del cibo istituzionalizzate, le più importanti hanno avuto vita nelle città di Milano, con la Food Policy di Milano per l'Expo 2015 "Nutrire il pianeta, energia per la vita", che ha riscosso successo sia a livello nazionale che internazionale; nella città di Roma, che con il Consiglio del Cibo, un organo indipendente dalla politica e dalla governance, promosso dal mondo accademico e attivisti ambientali, ha ottenuto la delibera di istituzione della Politica del Cibo comunale; nella città di Pisa, con il Piano del Cibo di Pisa, adottato nel 2010, che si è espanso alle altre città toscane

nel 2018 con la firma di alcune al Patto per la Politiche Urbane per il Cibo, nato grazie alla collaborazione con ROBUST, progetto europeo di analisi delle interrelazioni, tra le aree urbane e non, in vista di una pianificazione territoriale, culturale e di valorizzazione.

Un'esperienza che riguarda da vicino la nostra Regione Piemonte, che riveste un importante applicazione all'interno del panorama italiano delle politiche urbane del cibo, è quella di Torino Città del Cibo – Protocollo d'intesa "Costruire insieme azioni e conoscenza sul sistema del cibo di Torino e del territorio metropolitano". Torino sta realizzando tutte le fasi per la creazione di una politica urbana del cibo, si sta tentando di concludere l'istituzione di struttura di governance e la conversione del Protocollo d'intesa in un documento strategico.

L'applicazione alla città di Torino si è realizzata grazie al ricco e variegato "foodscape" torinese; questo termine indica l'insieme di tutti i luoghi fisici e virtuali nei quali una persona viene in contatto col cibo nel corso della sua vita quotidiana, e al tempo stesso, come l'insieme delle influenze materiali, socioculturali, economiche e politiche che influenzano le scelte alimentari ad ogni livello (Goodman, 2016). L'analisi del "foodscape" è essenziale per indagare le relazioni della Città con il contesto circostante, a diverse scale territoriali, metropolitana o regionale; si guarda al sistema produttivo locale, alle reti agroalimentari, alla trasformazione del paesaggio commerciale e l'accesso al cibo, ai discorsi

e rappresentazioni legate al cibo nella costruzione delle identità multiple di Torino postindustriale (Dansero, Pettenati, Toldo e Bonavero, 2019: p. 52). La distribuzione geografica e lo studio a scale diverse del territorio permettono di denotare come la zonizzazione della Città di Torino, con le sue caratteristiche sociodemografiche differenti per area, gentrifichi le attività commerciali, un impoverimento del commercio di quartiere; la grande distribuzione è concentrata nelle aree periferiche, mentre negozi, mercati e attività ristorative sono collocale nel centro urbano. Se invece si allarga la scala ad un livello metropolitano emerge una diminuzione delle strutture di vendita nelle aree più rurali o in rilievo, dove sorgono nuclei urbani montani o collinari.

Le politiche urbane del cibo di Torino prendono avvio grazie al tentativo di reinvenzione che la città vuole adottare dopo il suo passato industriale; Torino è una città multi-identitaria, industriale e turistica, essa vanta un invidiabile patrimonio culturale legato alla dinastia dei Savoia, che attrae milioni di turisti all'anno, un turismo culturale che si intreccia con la conoscenza delle tradizioni del territorio mediante l'enogastronomia torinese. Sono cinque le fasi che vedono conformarsi il processo di Food Policy torinese: la fase iniziale, la fase di istituzionalizzazione del processo, la fase di tipo analitico - valutativa, il processo partecipato e l'adozione.

La fase iniziale del processo di Food Policy di Torino viene avviata dalla raccolta degli interessi individuali sia in ambito pubblico che privato, si coinvolgono i vari enti territoriali come la Città Metropolitana di Torino, i centri di ricerca universitari, Università di Torino e Politecnico di Torino. All'interno di questa fase l'occasione di dialogo e confronto ha avuto luogo grazie ad un preesistente processo, attivo dal 2013, che riuniva già al suo interno una potenziale rete di persone, facenti parte di istituzioni, progetti, imprese, associazioni ed università, chiamato Master Plan SMILE. SMILE, di cui è l'acronimo di Smart Mobility, Inclusion, Life & Health, Energy, è un piano strategico volto a trasformare in "smart city" la Città di Torino.

La fase di istituzionalizzazione del processo legittima e riconosce gli attori locali; questa fase si accavalla temporalmente alla proposta di governance alimentare Nutrire Torino Metropolitana nel 2015. Costituita anch'essa da una densa rete di attori che partecipano al processo da una scala metropolitana, ha avuto come finalità quella di raccogliere, integrare e valorizzare l'eredità di tutte le esperienze pregresse, locali e sovralocali, con ricadute dirette e indirette sul tema del cibo, per gettare le basi di una strategia alimentare sistemica, condivisa e partecipata (Dansero, Pettenati, Toldo e Bonavero, 2019: p. 57). Il Piano Strategico Metropolitano ha inglobato i risultati di Master Plan SMILE, mentre i suoi temi sono diventati i punti dell'Agenda del Cibo Quotidiano della Città

Metropolitana di Torino. Nel documento si legge come l'Agenda voglia "avanzare proposte concrete di modifica della normativa o di indirizzo ai piani e programmi, ma anche operativi, alle Istituzioni Pubbliche, e (…) fare emergere proposte concrete, idee, progetti, esperienze innovative (da sostenere anche attraverso fondi europei, regionali o sponsorizzazioni pubbliche e private), espressione di un più maturo senso della collettività, della comunità di "pari", in cui pubblico e privato, istituzioni, operatori e società civile, rafforzino le capacità e possibilità di collaborazione" (Dansero, Pettenati, Toldo e Bonavero, 2019: p. 57 – 58).

La fase di tipo analitico - valutativa è stata finalizzata alla mappatura e all'analisi degli attori; di essenziale importanza la struttura dell'Atlante del Cibo, che si propone come strumento osservatorio del sistema del cibo torinese. Questo tipo di analisi è stata promossa dai centri di ricerca delle università torinesi (Politecnico di Torino, Università di Torino e Università degli Studi di Scienze Gastronomiche), contribuirebbe a far emergere i bisogni dal basso, attraverso l'inclusione di soggetti diversi, nell'ottica di nuove forme di governance dei sistemi alimentari che tengano in considerazione anche, e soprattutto, le esigenze – sovente inespresse – dei soggetti più deboli. L'obiettivo principale è produrre nuova conoscenza, aggregando quella esistente, sul sistema alimentare metropolitano. L'Atlante analizza, mappa e comunica il sistema del cibo proponendosi come strumento partecipato e inclusivo d'indagine, e allo

stesso tempo di progetto, a sostegno delle future politiche del cibo di questo territorio. (Toldo, 2018: p. 25).

La fase del processo partecipato vede coinvolti attori e stakeholders nella riflessione e definizione degli obiettivi della nuova Food Policy; oltre gli attori istituzionali si osserva anche la partecipazione di associazioni, soggetti economici e derivanti dal terzo settore.

In ultimo, la fase della costruzione e adozione formalizza nell'Agenda Locale del Cibo otto diversi punti di azione, visti come una prima dichiarazione di intenti da attuare sul territorio: educazione e formazione, informazione e conoscenza, nuove governance alimentari, distribuzione e piattaforme logistiche, pianificazione territoriale, public procurement, incentivi e premi e semplificazione burocratica.

In conclusione, il marketing territoriale è utilizzato come strategia di rilancio di un territorio e reinvenzione del foodscape locale, che trova avvio nelle Food Policies, politiche urbane ad alto contenuto partecipativo. L'obbiettivo della definizione strategica di marketing territoriale è quella di costituire un passaggio della Pianificazione Territoriale, rafforzando il forte legame tra conoscenza ed azione, al fine di guidare un territorio attraverso le sue fasi di sviluppo, così da garantire uno stato attivo di competitività verso gli altri sistemi territoriali.

2 Il biellese

La scelta del territorio, sul quale approfondire le analisi e la successiva proposta di progetto, deriva in seguito ad uno stimolo relativo ad un precedente studio dell'area durante il tirocinio curriculare, svoltosi presso la Fondazione Pistoletto, nell'anno corrente, al termine del percorso del corso di Laurea Magistrale; il quale ha portato alla conoscenza della candidata il territorio biellese e le sue risorse.

2.1 Cenni storici

Il territorio biellese ha origine antichissime, ne è la testimonianza un antico documento del Sacro Romano Impero nel quale viene riportata una donazione da parte di Carlo il Grosso della "Corte di Biella" per una chiesa nel vercellese. Nel Basso Medioevo la Città di Biella incomincia ad assumere le caratteristiche del centro urbano più importante dell'area ed il punto di riferimento di luogo di mercato. La storia dello sviluppo economico del biellese appartiene ad una popolazione rurale, che ha forgiato il suo stile di vita sull'allevamento e l'agricoltura, facendo della forma collettiva di gestione del territorio uno strumento efficace di controllo all'interno di un territorio arduo ed impervio. Il biellese si è costruito grazie alla volontà collettiva degli abitanti che hanno modificato le diverse possibilità di utilizzo del suolo sempre attraverso regolamenti e statuti; l'utilizzo dei materiali locali per la costruzione di muri a secco,

capanni o edifici delle varie borgate non hanno compromesso la continuità del paesaggio. Finora le esigenze del territorio sono sempre state risolte sotto un aspetto sia dell'ambiente e sia alla comunità, senza ricorrere a modelli estranei alla cultura locale.

La Provincia di Biella nacque nel 1622. Il 18 febbraio dello stesso anno il duca Carlo Emanuele I di Savoia stabiliva la divisione dello Stato al di qua delle alpi in 12 province o tappe. Biella era così creata capoluogo di una ragguardevole circoscrizione (Provincia di Biella, 2022). I Comuni compresi in questo territorio appartenevano al vercellese e al canavesano, mentre Comuni storicamente biellesi erano inseriti sotto altre province.

Tra il Seicento e l'Ottocento la costruzione delle baite negli alpeggi principali è cresciuta esponenzialmente (Bocchietto, 1998), questo perché la crescita dell'espansione demografica ha influito sugli spostamenti delle famiglie durante i periodi primaverili, le quali raggiungevano gli alpeggi più elevati, per la massima produzione di foraggio per la vendita al mercato storico di Andorno. Nell'ultimo secolo a causa di un forte spopolamento delle Valli si è denotato un forte abbandono, quasi totale, delle attività rurali e degli alpeggi ed un mancato utilizzo delle risorse locali, che a sua volta ha generato un aumento degli incolti e dei gerbidi (Garrione e Meucci, 1998).

Durante il Settecento il territorio biellese viene occupato dai francesi, mentre a metà dell'Ottocento viene preso sotto il comando delle truppe austriache a seguito della seconda guerra di indipendenza, annettendo la Città di Biella alla Provincia di Novara, fino al 1927 quando sarà spostata sotto la Provincia di Vercelli. Solo con il Decreto Legislativo n. 248 del 6 marzo del 1992 viene istituita la Provincia di Biella, operativa dal 1995.

La comunità biellese che è rimasta insediata in questo territorio vanta il pregio di vivere nelle dimore in architettura autoctona in piena sintonia con l'ambiente, di cui si parlava precedentemente; questa condizione abitativa mantiene in vita principi e tecniche che sono state tramandate per generazioni. L'abbandono mina alla decadenza di queste testimonianze, che si riducono sempre più a delle semplici tracce sparse nel vasto territorio biellese. Inoltre, queste caratteristiche morfologiche del biellese, fitto, impervio ed inesplorato in alcune parti per la sua vastità, ha però sviluppato un forte senso di attaccamento degli abitanti ai costumi e alle tradizioni; alcune di queste hanno origine proprio da dei manufatti, come vecchi forni in pietra, detti "graa", o mulini, altre dalle risorse locali come il cibo e le ricette.

2.1.1 Il passato industriale biellese

Il passato industriale biellese ha origini preromane, anche se i primi documenti che ci pervengono appartengono al periodo del Basso Medioevo, nel 1245, nel quale la Città di Biella inserisce all'interno dei suoi statuti precise norme che regolamentavano il lavoro dei lanaioli e dei tessitori. L'attività manifatturiera divenne industria dopo il 1817, quando Pietro Sella introdusse la prima macchina per la lavorazione della lana presso il lanificio di famiglia a Vallemosso, dando il via, decenni dopo, a quella che sarebbe diventata il "sistema fabbrica"; su tutto il territorio biellese viene a crearsi una tradizione tessile radicata. La grande produzione durata diversi secoli ha lasciato un enorme patrimonio di archeologia industriale di grande rilievo; "Sono decine gli edifici a più piani caratterizzati dalle ripetitività delle aperture di derivazione manchesteriana; ma non sono soltanto i lanifici ottocenteschi con le svettanti ciminiere a segnare il paesaggio biellese che è caratterizzato anche dai terrazzamenti delle "ramme", dai canali di derivazione, dalle condotte forzate, dalle centrali elettriche, ma anche dalle case e dai villaggi operai, dalle ville degli imprenditori, i quali in molti casi edificarono asili, scuole, centri dopolavoristici anche per favorire il "radicamento" degli operai." (ATL Biella, 2022).

Uno dei prodotti più richiesto dei lanifici biellesi era la stoffa “sodata” (follata, ovvero lavorata secondo un’operazione di finissaggio dei tessuti di lana, che si realizza compattando le fibre attraverso l’infeltrimento, per renderlo resistente ed impermeabile), che accompagna alcuni articoli di novità delle collezioni stagionali delle produzioni. Il biellese ha sviluppato una filiera nella filiera che si guadagna da vivere riciclando la lana definita "meccanica", cioè rigenerata meccanicamente, che però non può perseguire la titolazione fine dei filati pettinati, ma garantiva lo stesso una robusta e resistente drapperia. stranezze nell'aspetto. Vi erano diverse lavorazioni dei tessuti: a Pollone si distingue una lavorazione della seta, guidata dalle sperimentazioni eseguite dai fratelli Piacenza, anche se, confrontati con il rigore determinato da quella sobrietà che designava il biellese, erano ritenuti audaci per il loro stile. Le flanelle di Maurizio Sella, invece, sono note per la raffinatezza, i colori vivaci e la perfetta fattura, un prodotto di notevole pregio che non aveva nulla da invidiare alle migliori qualità estere, come ad esempio le analoghe produzioni tedesche. Gli articoli pubblicati su “L’Eco dell’Industria” riguardo l’industria cotoniera della famiglia Poma raccontano che “qui in Biella si applicano ad essa ben 2650 operai, in Zumaglia circa 400, in Cossato 200, in Occhieppo Inferiore, ove vi è anche la piccola manifattura di Schiapparelli e C., circa 900, a Occhieppo Superiore 1000, a Mongrando 150, a Trivero 200, a Zubiena 50, a Sordevolo 200, a

Miagliano 1600, a Trivero 300, a Crevacuore 150 ed altri che possiamo dimenticare. Si fa un complesso, insomma, di una cinquantina di fabbriche fra grandi e piccole, per le quali lavorano otto mila persone all'incirca". N

Nel complesso la struttura produttiva contava circa 1575 imprese ed un impiego di 17mila operai; questi numeri costituivano uno dei più grandi ed antichi distretti industriali nel mondo sia per la lavorazione tessile sia per la specializzazione del comparto laniero. Il perché questo Distretto si sia sviluppato nel territorio della Provincia di Biella lo si deve alla sua morfologia, nel quale, grazie alle sue pendenze e alla presenza di alpeggi di rilevanza naturalistica, era possibile un florido allevamento di ovini. In particolare è stata la presenza di un fitto sistema idrografico che ha favorito l'insediarsi dei vari stabilimenti, i quali potevano sfruttare l'acqua, sia per il lavaggio dei velli e sia per la forza motrice della stessa, per l'azionamento sostenibile delle turbine per la produzione.

Oggi l'archeologia industriale che ci deriva da quel passato florido del Distretto industriale biellese è soggetta ad alcuni progetti di recupero e valorizzazione: "il percorso di archeologia industriale La Strada della Lana , che collega Biella con Borgosesia; il progetto del parco fluviale lungo le sponde del torrente Cervo in Biella. Lungo la Strada della Lana troviamo l'ex lanificio Trombetta in Biella, che ospita la Cittadellarte per iniziativa di Michelangelo Pistoletto; il lanificio Maurizio Sella , sede della Fondazione Sella, che conserva un ingente patrimonio archivistico

ed iconografico; Casa Zegna a Trivero, dedicata all'importante figura di imprenditore filantropo Ermenegildo Zegna, e la Fabbrica della Ruota a Pray, lanificio ottocentesco caratterizzato dalla trasmissione teledinamica dell'energia. Altri interventi di recupero di siti industriali hanno consentito di valorizzare edifici di grande interesse quali ad esempio il monastero settecentesco della Trappa di Sordevolo, anch'esso probabilmente utilizzato come lanificio per un breve periodo" (ATL Biella, 2022).

L'immagine storica del Distretto industriale biellese tramanda una realtà tutt'altro che statica, ma dinamica, che ha superato diverse trasformazioni, ditte estinte e lavorazioni superate dai progressi tecnologici, che non sono state indolori. Gli impatti maggioro si sono verificati durante la crisi del 1973, che ha portato alla chiusura della gran parte degli stabilimenti tessili in Europa, durante la caduta delle barriere doganali internazionali e durante la crisi finanziaria del 2008. Lo spirito "resiliente" di Biella è dovuto alla sua capacità nel reinventarsi a fronte di situazioni che hanno messo a rischio la sua economia. Carlo Piacenza, imprenditore e Vicepresidente dell'Unione Industriale Biellese, ha affermato che "il cambio di strategia è stato fondamentale: in passato eravamo come la Cina, la nostra era una produzione di massa, ora abbiamo capito che per sopravvivere dobbiamo puntare sull'eccellenza, sull'innovazione, sulla formazione e sul rapporto privilegiato che abbiamo con il mondo della moda". L'industria tessile e il suo indotto, seppur

importanti, non sono più in grado di creare piena occupazione. Per questo il territorio, stando alle parole di Giovanni Vietti, imprenditore delle acque minerali e Presidente dell'Unione industriale biellese, "è alla ricerca di una sempre maggiore diversificazione. Stiamo cercando infatti di allontanarci dalla monocultura tessile per andare sempre di più verso un ecosistema produttivo multisettoriale". Biella sta puntando infatti sulla valorizzazione dell'enogastronomia, del turismo, sull'innovazione e, non da ultimo, sulla valorizzazione del patrimonio industriale dismesso. Nel 2019 la piccola cittadina piemontese è entrata nella rete internazionale delle città creative dell'Unesco (Lento, 2021).

2.1 Identificazione dell'area oggetto di studio

Il presente elaborato ha come oggetto di studio il territorio ubicato nella Provincia di Biella, nell'area nord – occidentale della Regione Piemonte (*Figura 2*). Il territorio biellese è costituito da 82 Comuni [1], che sono limitati ai confini a sud – ovest dalla Città Metropolitana di Torino, a nord - est dalla Provincia di Vercelli, mentre a nord - ovest dalla Regione della Val d'Aosta. La Provincia di Biella è racchiusa in un anfiteatro formato dalle colline che la circondano (*Figura 3*), invece la zona più pianeggiante del territorio, composta da risaie e numerosi campi agricoli, si estende fino ad unirsi al territorio delle risaie vercellesi.

[1] Provincia di Biella, 2022: 82 Comuni - Ailoche, Andorno Micca, Benna, Biella, Bioglio, Borriana, Brusnengo, Callabiana, Camandona, Camburzano, Campiglia Cervo, Candelo, Caprile, Casapinta, Castelletto Cervo, Cavaglià, Cerreto Castello, Cerrione, Coggiola, Cossato, Crevacuore, Crosa, Curino, Donato, Dorzano, Gaglianico, Gifflenga, Graglia, Lessona, Magnano, Massazza, Masserano, Mezzana Mortigliengo, Miagliano, Mongrando, Mosso, Mottalciata, Muzzano, Netro, Occhieppo Inferiore, Occhieppo Superiore, Pettinengo, Piatto, Piedicavallo, Pollone, Ponderano, Portula, Pralungo, Pray, Quaregna, Quittengo, Ronco Biellese, Roppolo, Rosazza, Sagliano Micca, Sala Biellese, Salussola, San Paolo Cervo, Sandigliano, Selve Marcone, Soprana, Sordevolo, Sostegno, Strona, Tavigliano, Ternengo, Tollegno, Torrazzo, Trivero, Valdengo, Vallanzengo, Valle Mosso, Valle San Nicolao, Veglio, Verrone, Vigliano Biellese, Villa del Bosco, Villanova Biellese, Viverone, Zimone, Zubiena, Zumaglia.

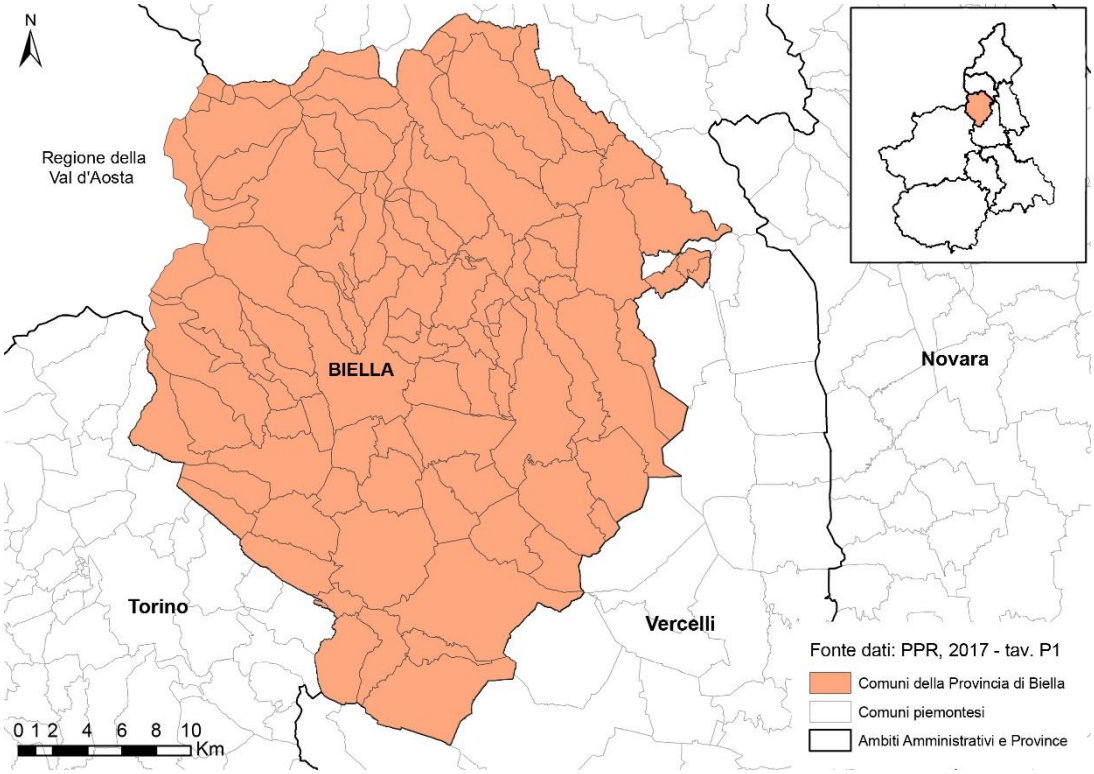


Figura 2 - Provincia di Biella ed il suo contesto territoriale

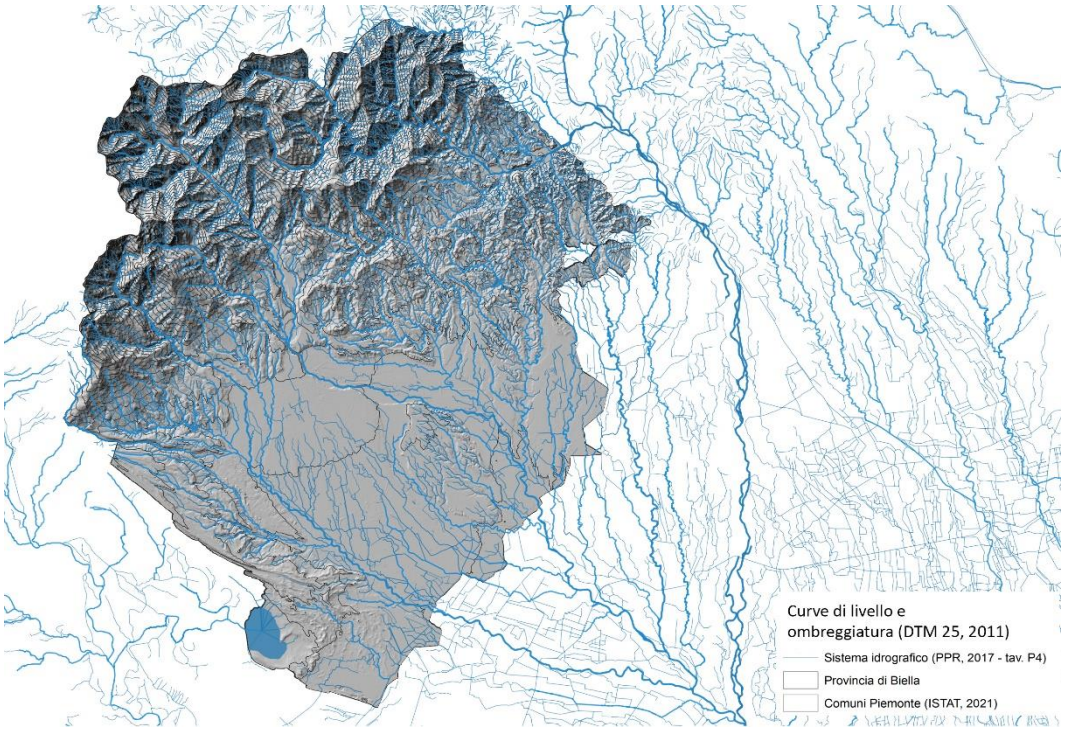


Figura 3 - Rilievi montani e ombreggiatura ricavato dal DTM25

2.2 Inquadramento territoriale

Secondo il Piano Paesaggistico Regionale del Piemonte del 2017, che riconosce sul territorio regionale "Ambiti di Paesaggio" in relazione all'unitarietà e ripetizione di matrici ambientali e culturali, i Comuni del territorio biellese ricadono all'interno degli Ambiti di Paesaggio delle Colline di Curino e coste della Sesia (ambito n.22), della Baraggia tra Cossato e Gattinara (ambito n.23), della Pianura Vercellese (ambito n.24), della Baraggia tra Biella e Cossato (ambito n.25), delle Valli Cervo, Oropa e Elvo (ambito n.26), delle Prealpi biellesi e alta Valle Sessera (ambito n.27) e dell'Eporediese (ambito n.28); (*Figura 4*).

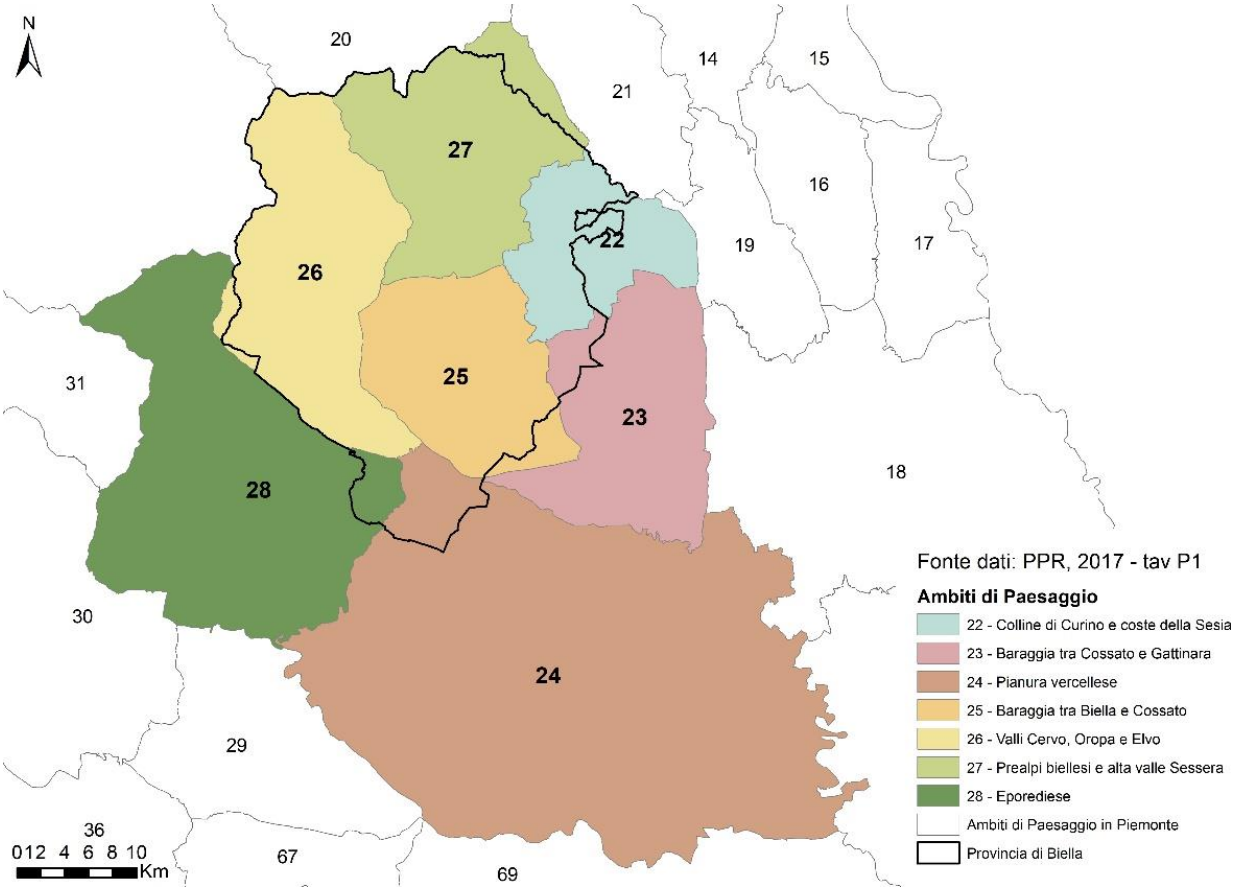


Figura 4 – Ambiti di Paesaggio dal Piano Paesaggistico Regionale del Piemonte

Questa circoscrizione del territorio permette di evincere gli aspetti strutturali più importanti ed il ruolo che ognuno di questi ambiti ha per il territorio. La suddivisione del territorio in ambiti si presta ad applicare la norma del Codice che richiede, all'art. 135, una definizione degli obiettivi specifici di qualità paesaggistica e dei conseguenti indirizzi di tutela. Si tratta di una diversificazione, imposta dall'allargamento delle politiche del paesaggio all'intero territorio (PPR, 2017). Dalla lettura delle relative schede degli ambiti paesaggistici, ricadenti all'interno del territorio oggetto di studio, si ricava che in linea generale (maggiori informazioni di dettaglio dei singoli Ambiti di Paesaggio sono riportati in allegato al fondo di questo elaborato), gli obiettivi che insistono riguardano azioni di conservazione dei caratteri paesaggistici ambientali, di incentivazione alla promozione delle modalità di tradizione della produzione agricola (che concorrono a mantenere il paesaggio tradizionale, la gestione attiva e redditizia dei boschi. PPR, 2017), di valorizzare e tutelare il patrimonio culturale, di riqualificazione di alcuni nuclei urbani che sono colpiti da spopolamento e conseguente abbandono degli edifici.

Inoltre, la struttura del territorio biellese è articolata da una forte contrapposizione tra montagna e pianura e da una fitta rete idrografica, diffusa in modo capillare. La densità della rete di corsi d'acqua di portata minore confluisce nei torrenti principali del biellese: Torrente Cervo, Torrente Elvo, Torrente Oropa, Torrente Sessera e Torrente Rovasenda.

L'intreccio della morfologia del territorio e del sistema idrografico (*vedi Allegato 1*) dà origine a cinque diverse valli (Valle Elvo, Valle Oropa, Valle Cervo, Valle Mosso e Valle Sessera) ed altre unioni amministrative dei Comuni, ottenute dall'unitarietà di caratteristiche sia ambientali sia degli aspetti sociodemografici (*Tavola 3*).

La Valle Cervo è tra tutte quella di più estese dimensioni, prende il nome dal Torrente omonimo che l'attraversa per tutta la sua lunghezza; i centri vitali della valle sono fin dai tempi antichi le piccole borgate che sorgono sparse nel territorio, abbastanza isolate. La particolarità di questa Valle è la vasta presenza di zone boscate di castagni e faggi, molto spesso incontrollate, di fatti un semplice abbandono di un prato o di un campo viene invaso dal bosco. Nella maggior parte dei casi si tratta di veri e propri "territori in contrazione", dove la protagonista è la natura pioniera che cerca di riappropriarsi dei suoi spazi, in particolare attraverso le betulle ed i noccioli. Le uniche aree libere sono campi agricoli o alpeggi destinati al pascolo e allo sfalcio.

La Valle Oropa è invece la più piccola delle valli, le sue altitudini collinari declinano poi nella zona pianeggiante biellese; anch'essa prende il nome dal Torrente che la percorre. La pendenza non troppo elevata di questa valle permette un clima diverso dalla restante parte del territorio; infatti, le massime e le minime annue non sono eccessive od eguagliabili al tipico clima rigido invernale. Questa condizione rende favorevole la

proliferazione di una vegetazione che difficilmente si riesce a trovare in altre località, in particolare si possono distinguere una forte presenza di specie di querceti acidofili e di boschi dalla vegetazione mista. Si ritrova la vegetazione pioniera delle betulle, che cresce favorevole grazie alla ceduazione di altri alberi; questi Robinieti sono una delle poche specie che può prendere piede nel rimboschimento delle conifere, un fattore che non può essere ignorato nel miglioramento del suolo.

2.3.1 Aree di rilevanza naturalistica

Per quanto concerne l'analisi della rilevanza naturalistica si è voluto riportare le aree SIC (siti di importanza comunitaria) e ZPS (zone di protezione speciale) che vengono individuate sulla base della direttiva "Habitat" (92/43/CEE "Conservazione degli habitat naturali e seminaturali e della flora e della fauna selvatiche") che ha introdotto l'obbligo di conservare gli habitat e le specie di interesse comunitario minacciate di estinzione, mentre le aree ZPS vengono individuate sulla base della direttiva "Uccelli" (79/409/CEE "Conservazione degli uccelli selvatici") che si prefigge l'obiettivo della protezione e della gestione delle specie di uccelli, in particolare dei migratori e dei rispettivi habitat, che vivono allo stato selvatico sul territorio europeo. L'individuazione di tali aree costituisce l'ossatura del sistema ecologico denominato "Natura 2000" (cfr. art. 3 della Direttiva "Habitat"), che consiste in un sistema coordinato e coerente di aree destinate alla conservazione della diversità biologica presente nel territorio dell'Unione stessa ed in particolare alla tutela di una serie di habitat e specie animali e vegetali indicati negli allegati I e II della Direttiva "Habitat".

Si individuano inoltre Siti di Importanza Regionale (SIR), ai sensi della L.R. n. 56 del 6 aprile 2000, con l'obiettivo di valorizzare le esperienze sino ad oggi realizzate in Piemonte di piani di gestione che

hanno concluso l'iter di approvazione, e i pSIC (proposti di Siti di Importanza Comunitaria), i siti vengono individuati sulla base della presenza degli habitat e delle specie animali e vegetali elencate negli allegati I e II della Direttiva "Habitat", ritenuti d'importanza comunitaria. Per le specie animali terrestri i siti corrispondono ai luoghi che presentano gli elementi fisici e biologici essenziali alla loro vita e riproduzione (Pagnoni, 2009).

Infine, si individuano anche i dati areali che individuano i nodi principali della rete ecologica dotati di maggiore ricchezza di habitat naturali rappresentativi delle fasce altimetriche in grado di ospitare biodiversità a livello regionale; i dati puntuali che individuano, distinguendoli, i nodi secondari (aree di rilevanza naturalistica, ma di estensione limitata e con ridotto numero di habitat o consistenza di specie di interesse) e i punti di appoggio o stepping stones (importanti elementi per l'interconnessione tra i nodi della rete, soprattutto in assenza di corridoi funzionanti), (PPR, 2017).

I nodi di connessione ecologica invece non rientrano tra le aree protette con leggi specifiche ma rappresentano comunque un elemento fondamentale in quanto servono a preservare le biodiversità degli ecosistemi. I dati relativi a questa analisi sono stati estratti dalla tavola P5 del PPR dell'anno 2017.

Nella nostra area oggetto di studio i dati trovati localizzano queste diverse tipologie di classificazione ambientale principalmente nella parte occidentale; all'interno della Provincia di Biella si osserva la presenza di una vasta area di 15062,72 ettari di Siti di Importanza Comunitaria, comprendenti entrambe le regioni biogeografiche di riferimento, alpina e continentale; alla prima regione appartengono i due Siti di maggiori dimensioni del territorio, la Serra d'Ivrea (2319,85 ha) e la Val Sessera (10546,24 ha), localizzate sull'arco alpino rispettivamente a nord – ovest e a sud – ovest. Inoltre, all'interno del territorio biellese è presente la ZPS dell'Alta Valsesia e Valli Otro, Vogna, Gronda, Artogna e Sorba; la particolarità di questa area è quella di essere a cavallo tra la Provincia biellese e quella vercellese, di fatti l'intera ZPS conta di 18935,57 ha, mentre nel biellese ne ricadono solo 10,42 ha. Un'altra eccezione è data dalla regione biogeografica continentale del Lago di Viverone, il quale vede coincidere nella stessa superficie areale, di 574,94 ha, il riconoscimento sia di un SIC che di una ZPS.

In ordine dispersivo si trovano invece diverse aree verdi classificate come Aree Protette e altri siti di interesse naturale, come la Baraggia di Benna, nel Comune di Massazza, il sito di Mazzucco e Bonda Grande, le Rive Rosse Biellesi, la Trappa, nella borgata di Bagneri, e la Valle di Oropa. Infine, nei nodi principali individuati ricadono le aree dei Siti di

Importanza Comunitaria, mentre i nodi secondari e i punti di appoggio differenziano, mediante una classificazione, parchi (Brich di Zumaglia e Mont Prevé, Parco della Burcina), pSIC (Garzaia, Stagno di San Vitale, Rive Rosse Biellesi), SIC, SIR (Trappa – Bagneri, Valle di Oropa, sito di Mazzucco e Bonda Grande), ecosistemi acquatici di pregio ambientale e naturalistico (Torrente Viona, Torrente Ianca, Torrente Strona di Camandona) e altre aree di interesse naturalistico, sparse nel contesto territoriale delle altre province, vercellese e torinese. Di seguito, nella *Figura 5*, si riporta la mappatura delle aree di rilevanza naturalistica del territorio biellese e del suo contesto regionale.

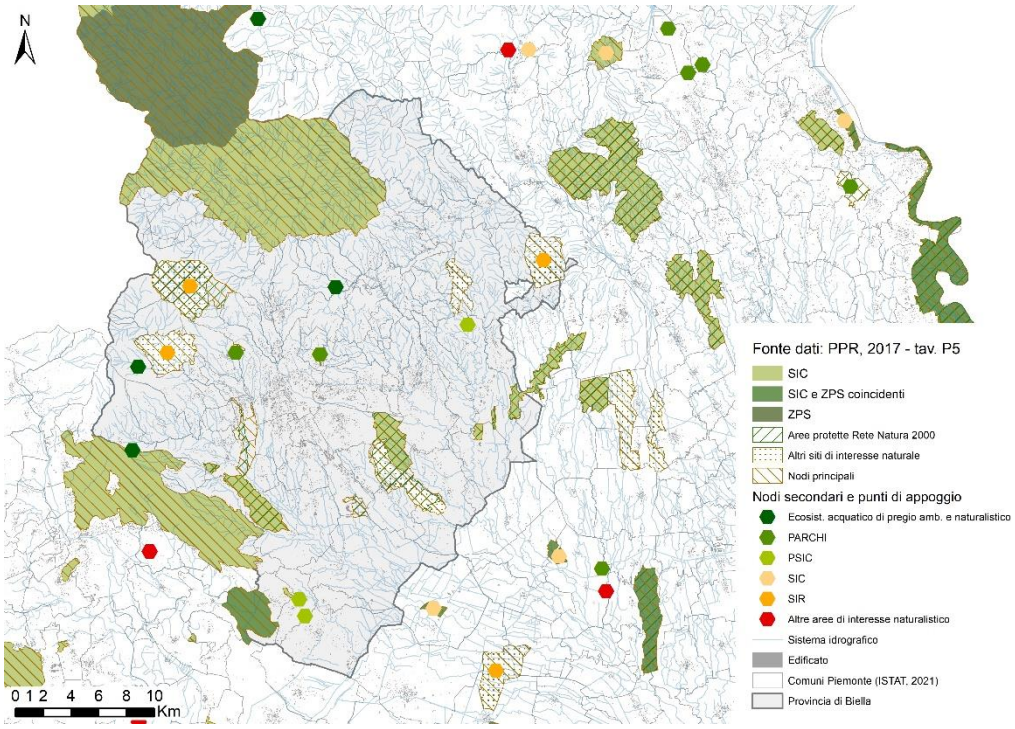


Figura 5 – Aree di rilevanza naturalistica

2.3.2 Capacità degli usi del suolo

L’analisi sulle capacità d’uso del suolo è una tavola sviluppata per evidenziare la fertilità del terreno e i suoi possibili utilizzi a seconda delle potenzialità produttive. La classificazione tiene unicamente conto delle caratteristiche fisiche e chimiche delle superfici e dei sottosuoli e sottolinea le principali limitazioni della fertilità. Tutti i dati necessari all’elaborazione della tavola sono stati ricavati dal Geoportale della Regione Piemonte, derivanti dagli studi dell’IPLA (Istituto per le Piante da Legno e l'Ambiente) nel 2007, all’interno della Carta dei suoli, con un livello di dettaglio alla scala 1:250.000.La classificazione delle capacità d’usi del suolo si suddivide in 8 classi:

1. Suoli privi o quasi di limitazioni, adatti per un'ampia scelta di colture agrarie;
2. Suoli con alcune moderate limitazioni che riducono la produzione delle colture agrarie;
3. Suoli con alcune limitazioni che riducono la scelta e la produzione delle colture agrarie;
4. Suoli con molte limitazioni che restringono la scelta delle colture agrarie e richiedono specifiche pratiche agronomiche;
5. Suoli con forti limitazioni che ne restringono notevolmente l'uso agrario;

6. Suoli con limitazioni molto forti; il loro uso è ristretto al pascolo e al bosco;
7. Suoli con limitazioni severe; il loro uso è ristretto al pascolo poco produttivo e al bosco di protezione;
8. Suoli con limitazioni molto severe, tali da precludere il loro uso a qualsiasi fine produttivo.

L'assegnazione alla classe è fatta sulla base del fattore più limitante; nella fase successiva i suoli sono attribuiti a sottoclassi e unità di capacità d'uso. Questo meccanismo consente di individuare i suoli che, pur con caratteristiche diverse a livello tassonomico, sono simili come potenzialità d'uso agricolo e forestale e presentano analoghe problematiche di gestione e conservazione della risorsa. La sottoclasse è rappresentata dalla lettera minuscola, mentre il numero arabo apposto dopo la lettera individua l'unità. Le sottoclassi e le unità di capacità d'uso vengono designate secondo il seguente schema (Tarocco e Aprea, 2021):

Tipo di limitazioni			
s: caratteri del suolo	**w: eccesso idrico**	**e: rischio di erosione**	**c: clima**
s1- profondità utile per le radici	**w1**- disponibilità ossigeno per le radici delle piante	**e1**- inclinazione del pendio	**c1**- rischio di deficit idrico
s2- lavorabilità	**w2**- rischio di inondazione	**e2**- rischio di franosità	**c2**- interferenza climatica
s3- pietrosità superficiale		**e3**- rischio di erosione	
s4- rocciosità			
s5- fertilità			
s6- salinità			

Tabella 1 - Sottoclassi e unità (U.S., Klingbiel and Montgomery, 1961)

La *Figura 6* della capacità degli usi del suolo mette in evidenza come sul territorio biellese insista la quarta classe di uso del suolo, con molte limitazioni che restringono la scelta delle colture agrarie e richiedono specifiche pratiche agronomiche, nell'area pedemontana; in pianura invece, la pendenza del territorio non costituisce una limitazione, il suolo è privo o quasi di limitazioni, permettendo l'insediamento urbano all'interno della seconda classe. L'intera area montuosa è caratterizzata dalla settima e ottava classe, da un suolo soggetto a limitazioni dovute al rischio di erosione per l'eccessiva pendenza.

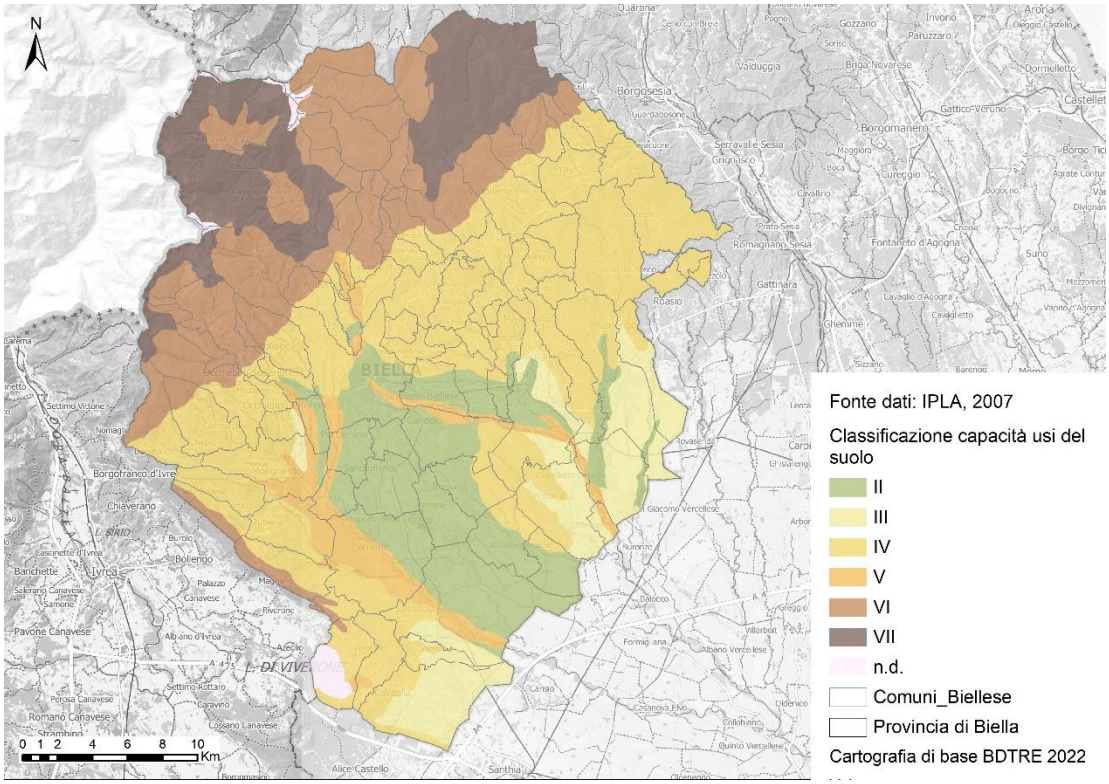


Figura 6 - Classificazione capacità degli usi del suolo

Infine, l'intera zona omogenea è disseminata da aree soggette a limitazioni (*Figura 7*); in presenza di un territorio montano con forti inclinazioni dei pendii prevalgono le limitazioni della sottoclasse "e1", che occupano circa 57.315 ha, ovvero il 62,77% della superficie totale. L'area pianeggiante, dove si trova la maggiore densità dell'insediamento urbano, presenta una tipologia di limitazione media, dove la profondità del suolo utile per radici. Al contrario, la tavola rappresenta delle fasce lineari lungo i corsi d'acqua principali, dove infatti la classe "w2" segnala il rischio di inondazione. Nell'arco pedemontano del territorio biellese non possono che trovarsi le tipologie "e2", rischio di franosità, "s3", pietrosità superficiale, ed "s4", rocciosità, che impediscono un facile uso del suolo da un punto di vista insediativo e della sua lavorabilità (s4).

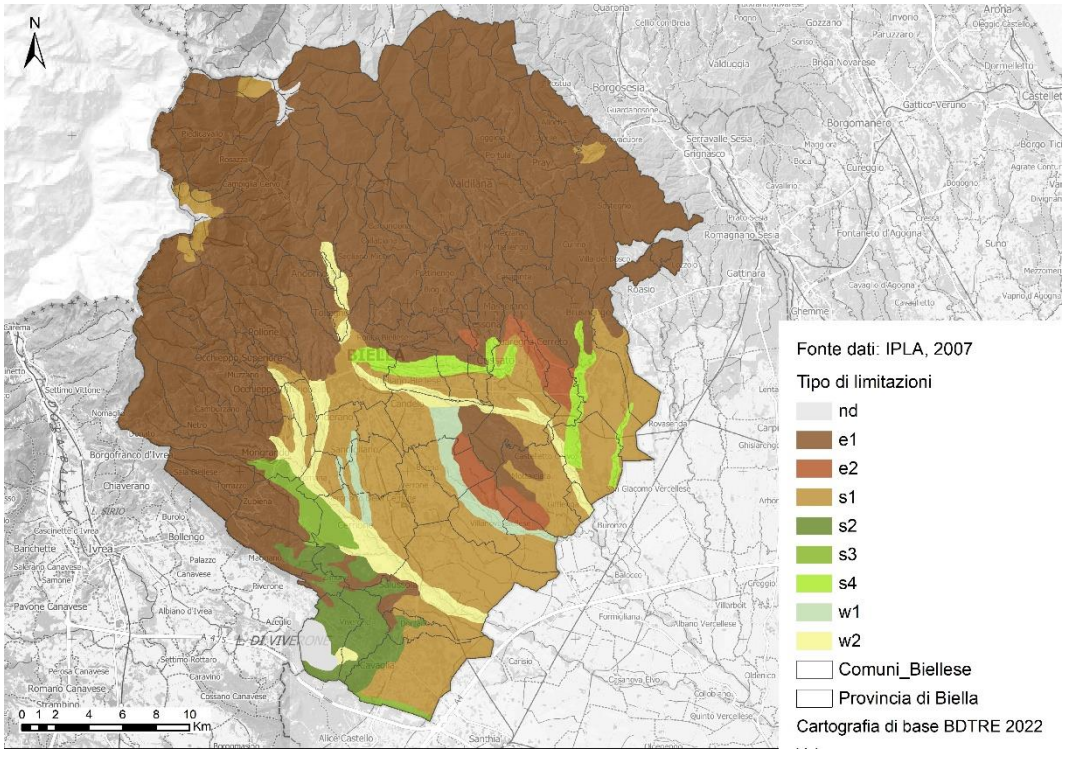


Figura 7 – Tipologie di limitazioni per le capacità degli usi del suolo

2.3.3 Usi del suolo

Se nel paragrafo precedente sono state analizzate le capacità degli usi del suolo per conoscerne i limiti, nel presente paragrafo viene illustrata la tavola relativa agli usi del suolo (*vedi Allegato 2*). I dati sulla copertura, sull'uso del suolo e sulla transizione tra le diverse categorie sono alcune delle informazioni più frequentemente richieste per la formulazione delle strategie di gestione e di pianificazione sostenibile del territorio, per fornire gli elementi informativi a supporto dei processi decisionali a livello comunitario, nazionale e locale e per verificare l'efficacia delle politiche ambientali. In questo contesto, l'iniziativa Corine Land Cover (CLC) è nata a livello europeo specificamente per il rilevamento e il monitoraggio delle caratteristiche di copertura e uso del territorio, con particolare attenzione alle esigenze di tutela. La prima strutturazione del progetto CLC risale al 1985 quando il Consiglio delle Comunità Europee, con la Decisione 85/338/EEC, mentre gli aggiornamenti successivi si riferiscono agli anni 2000, 2006, 2012, 2018. I prodotti del CLC sono basati sulla fotointerpretazione di immagini satellitari realizzata dai team nazionali degli Stati che vi partecipano (Stati membri dell'Unione Europea e Stati che cooperano), seguendo una metodologia e una nomenclatura standard, per l'Italia ci sono alcuni approfondimenti tematici fino al IV livello di dettaglio (ISPRA, 2018).

L’analisi degli usi del suolo ha attinto i dati che vanno dal 1990 ad oggi dal Corine Land Cover, ma, nell’indagine del territorio precedente al 1990, sono stati rintracciati forniti dalla Provincia di Biella sull’uso reale del suolo a partire dal 1954. La carta dell'Uso del Suolo storica della Provincia di Biella contiene le informazioni per conoscere l'utilizzazione del territorio su cui si svolgevano e interagivano le diverse attività negli anni 1954 e 1955, periodo a cui risale la copertura aerofotogrammetrica. La carta storica offre una fotografia delle modalità di utilizzazione del territorio nel primo dopoguerra e dipinge un paesaggio agrario ancora caratterizzato: in pianura dalla presenza oltre che dei seminativi semplici e delle risaie anche dei prato-pascoli e dei seminativi arborati, nelle zone pedecollinari dalla consistente diffusione dei vigneti e in tutto il territorio, se si esclude Biella, dalla minima presenza degli agglomerati urbani (Provincia di Biella, 2021). Nella sezione di “consultazione” sul sito della Provincia di Biella è possibile acquisire gli shapefile relativi agli anni 1954, 1994 e 2004.

Nella carta sugli usi del suolo (*vedi Allegato 2*) è stato esaminato il dato al 2018, anno di aggiornamento più recente; gli usi del suolo seguono una classificazione che distingue le superfici artificiali, le superfici agricole utilizzate, i territori boscati e ambienti semi – naturali, le zone umide e i corpi idrici. Nel territorio biellese le superfici artificiali ricoprono tutti le forme di insediamento urbano, tra cui zone residenziali,

aree industriali e/o commerciali, aeroporti, discariche, aree estrattive ed aree ricreative sportive. Queste si localizzano in corrispondenza dei centri urbani maggiori con una forma agglomerata, mentre diventano più dispersive, nella tipologia di nuclei o case sparse, verso gli alpeggi prealpini e nella parte più pianeggiante del territorio, tra i seminativi e le risaie. Tra le superfici "naturali" la classe prevalente è quella dei territori boscati che si collocano prevalentemente a nord – est e a sud – ovest del territorio biellese; il IV livello di questa classificazione ci indica inoltre, che tra tutti le tipologie di bosco, il livello 3114 dei "Boschi a prevalenza di castagno" sia la tipologia più estesa. Infine, come era stato detto nei paragrafi precedenti, si ritrova in questa suddivisione in classi la componente delle superfici agricole utilizzate situata nell'estremo sud – est del territorio, lì dove la pianura, che comprende colture intensive, risaie, vigneti, superfici a copertura erbacea, sistemi colturali complessi e aree occupate da colture agrarie con presenza di spazi naturali importanti. Inverosimilmente, questa carta degli usi del suolo permette di percepire la morfologia del territorio e le sue pendenze, che da nord – ovest, dove il colore marrone scura indica la presenza di aree a vegetazione rada e rocce nude, prosegue nelle tonalità del verde, attraverso un fitto bosco, che si apre alle forme dell'urbanizzato in grigio, per sfociare nella piana vercellese con un fitto parcellare di seminativi e di risaie.

Per arrivare ad osservare questa forma del territorio, negli anni si sono susseguiti diversi cambiamenti degli usi del suolo; l'analisi comparativa dei dati raccolti permette di scorgere lo "spostamento" degli usi e l'evoluzione del territorio. In questo ci aiuta la carta della variazione degli usi del suolo (*vedi Allegato 3*) che studia il mutamento del territorio della Provincia di Biella dal 1954 al 2018. Nel confronto emerge visibilmente come l'evoluzione dell'espansione dell'urbanizzato, che consuma e sottrae suolo ai terreni agricoli e ai boschi. Più che per la Città di Biella, si provi a concentrare l'attenzione nell'insediamento urbano a nord – est, nei Comuni di Coggiola, Crevacuore, Portula, Trivero e Pray, i boschi e gli alpeggi di quell'area localizzata col l'avanzare del tempo regrediscono. Quest'ultimo fenomeno è confermato dai dati numerici di questa variazione degli usi del suolo, nel 1954 la superficie degli alpeggi contava di 19844 ha, mentre nel 2018 il valore ha subito una perdita del 60%, arrivando a contare solo 7825 ha totali. Gli alpeggi nell'arco temporale studiato hanno avuto una costante decrescita della loro superficie; destino opposto l'hanno avuto le superfici boscate, nel 1954 si registrano 30841 ha, mentre nel 2004 raggiungono il massimo della loro estensione di 45135 ha; questo dato ci suggerisce un'invasione boschiva ai danni dei terreni agricoli (tra il 1954 ed il 2004 subiscono una perdita del 21%). Stando ad alcune documentazioni (Garrione e Meucci, 1998 – Bocchietto, 1998), il perché di quest'invasione boschiva sarebbe dovuto

all'abbandono di alcuni campi agricoli e prati da pascolo e alla successiva non gestione dei boschi, che senso nessun tipo di manutenzione o ceduazione hanno intrapreso una crescita incontrollata sul territorio. Nell'ultimo decennio studiato, tra il 2004 e il 2018, la gestione delle superfici "naturali" ritorna nelle mani dell'attività antropica; il bosco viene "regolamentato" e le superfici agricole utilizzate aumentano del 52,5%.

La cartografia relativa agli usi del suolo, messa a confronto con quella delle capacità e con l'analisi idrografica, rivela come, nonostante siano presenti limitazioni di diverso genere, l'area di interesse sia per la quasi totalità dotata di un alto tasso di fertilità che consente un diffuso sviluppo agroforestale. Ciò è consentito anche dall'elevata capillarità della rete idrografica che alimenta il suolo. Infine, si è indagato anche sulla biopermeabilità delle aree territoriali (*Figura 8*), ovvero valutare il punto in cui arrivano i processi di modificazione antropica in termini di disintegrazione della matrice naturale; può essere utilizzata anche per verificare quali spazi di reversibilità sono ancora disponibili per ripristinare condizioni ambientali utili alla sopravvivenza di componenti del bioma diverse dalle componenti antropogeniche.

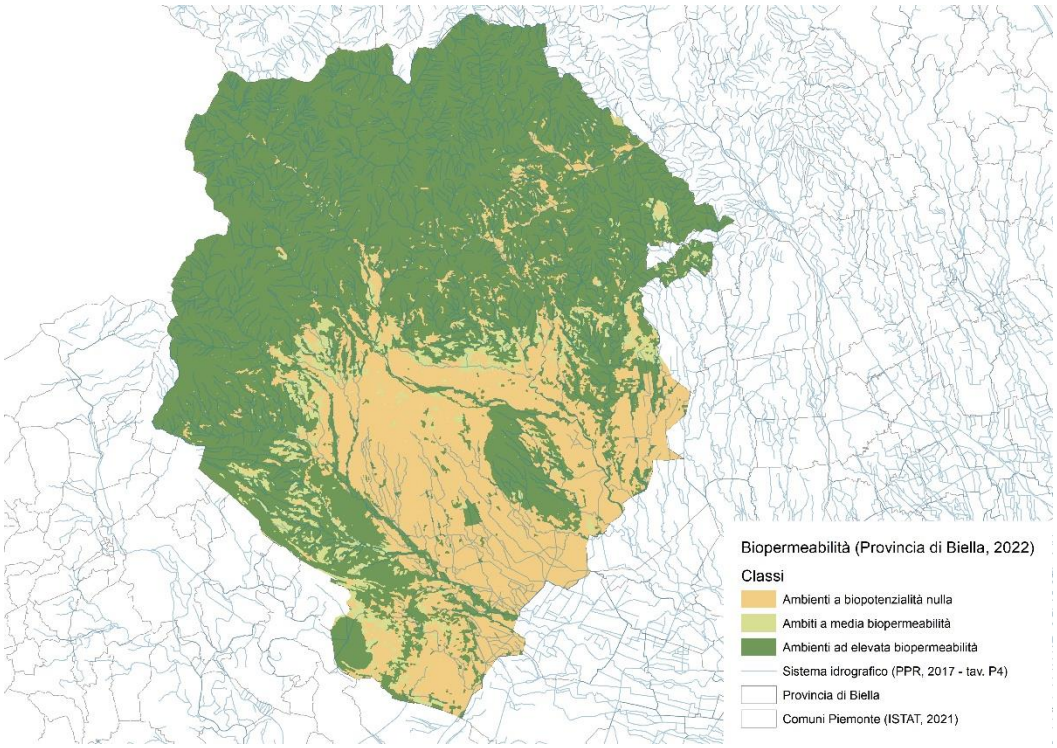


Figura 8 – Biopermeabilità

Per avere un quadro generale di sintesi degli aspetti ambientali che costituiscono il territorio è stata realizzata una tavola raffigurante i fattori strutturanti del biellese (*Allegato 3.1*).

2.3.3.1 Vegetazione nel biellese

Ogni pianta di questo territorio ha una sua identità ben precisa ed una funzione all'interno dell'ecosistema locale. Alcune informazioni raccolte in loco spiegano come gli abitanti definiscano ogni albero con degli aggettivi ben specifici, in grado di associare a questi delle proprietà; sul territorio sono presenti nella maggior parte

due specie in particolare: il noce e il castagno. Il primo viene considerato un albero "aristocratico", perché non ha bisogno di particolari cure ma è molto "autonomo" dato che ha la capacità di "pulirsi da solo", ovvero che non fa crescere vegetazione del sottobosco ai suoi piedi. Il castagno, invece, è uno degli alberi più antichi del biellese, è descritta come una pianta generosa e molto paterna, data la svariata ricchezza che può offrire, dalle castagne ai loro gusci per rastrellare i prati, dal legname per riscaldarsi e costruire mobili pregiati al fogliame usato per i giacigli del bestiame dall'allevamento.

È già stato definito come nel territorio biellese la protagonista sia la natura e la vasta zona boschiva, in particolare la specie arborea più diffusa è quella del castagno. Questo albero, presente sul territorio da sempre, è stato definito un padre amorevole, sempre pronto ad abbracciare con il suo enorme tronco e la sua chioma chiunque abbia bisogno di riparo. Perfino Giovanni Pascoli scrive del legame particolare familiare che vi è con il castagno, tanto che nel 1902 idealizza un pometto, *Il Vecchio Castagno*, che inserirà due anni più tardi all'interno dei *Primi Poemetti*; più avanti nel 1908 nella prosa "*Meditazioni d'un solitario italiano. Un paese donde si emigra"* parla più espressamente del castagno creandone

un elogio a quello che definisce sia "*italico albero del pane*" che "*Dio arboreo del popolo*":

> *"E poi c'è il castagno. Il castagno è il nostro albero del pane. Ci andrebbe messo, in ogni castagno, una croce, come si fa agli alberi divenuti sacri, perché nessun li tocchi. Invece hanno cominciato a venderli, a selve sane, per farne una tinta nera! Oh! sì: la tinta per mettere a lutto l'intero paese, che senza il castagno non sarà più vivo!*
>
> *Ché quest'albero benedetto è il vero benefattore di questo popolo, il quale fu conservato per lunghi secoli, sugli aspri monti senza strade e senza commercio e senza soccorsi, dal «pan di legno», come dal «vin di nugoli»; cioè dal frutto del castagno e dall'acqua pura. Ora il popolo diverrebbe ingrato al suo Dio arboreo? E nemmeno oggi, con viottole se non strade, coi muletti che qualcosa v'importano e ne esportano, nemmeno oggi sugli alti monti si camperebbe se non fosse la farina dolce. E in quali rosee carni sode si muta, in quei bambini, il pane che dà l'albero sacro! E mancherebbe ogni anno la gioia delle prime ballotte e delle prime mondine bruciate), che si fanno con le grembiate colte*

appiedi di qualche castagno primaticcio."(Pascoli, 2004: pp. 388 -389)

In questo tratto viene esaltata l'importanza del castagno e dei suoi benefici, ogni sua parte può essere usata per cibare il suo popolo; la farina che si ricava dai suoi frutti, le castagne, viene poi tramutata dalle "rosee carni", ovvero le donne che si occupavano della produzione del pane, in questo tratto si riferisce proprio all'atto di impastare. Pascoli oltre mettere in luce le proprietà sacre di questo albero, che dovrebbe essere rispettato, perché dà "pane" da generazioni, fa risaltare attraverso una frase la crudeltà della società, che ha snaturato i suoi principi per venderli. Si deve sapere che il castagno è uno di quei pochi arbusti che presentano più tannino, sostanza naturale presente in ogni parte, nel fusto, nella corteccia, nelle radici e nei frutti. L'estrazione del tannino è molto invasiva per gli arbusti, dato che questo comporta l'abbattimento di parti dell'albero o addirittura disboscamenti di "*selve sane*"; il processo di sminuzzamento del legno e d'infusione permettono il rilascio del tannino che presenta un colore molto intenso dal marrone al rossiccio. Questa caratteristica del colore, come descrive Pascoli, ha permesso di "*farne una tinta nera!*", utilizzata appunto sia per la tintura dei legni, per conferirne più potenza, dato che protegge sia dall'acqua che da batteri e funghi, sia per la stampa in ecoprint. Nella poesie di Pascoli emergono diverse volte come questa

tintura fosse usata per scopi di lutto come la tintura nera delle vesti o delle bare. Oltre l'accusa alla società che l'autore affronta nel descrivere "*l'italico albero del pane*", scrive un altro discorso nel quale lascia la parola direttamente agli alberi che difendono la loro stessa natura ed il castagno rammenta i benefici che riesce a dare agli uomini nel quotidiano senza che essi se ne rendano conto. In un tratto de "*I Castagni di Val di Serchio*" scrive che:

> *"Le vecchie quercie sono andate. Ora se ne vanno anche i vecchi castagni. Addio, bel paese! E pazienza, le quercie! Hanno servito per le ferrovie. Ci corre sopra il treno. Ma noi! Noi serviamo a far la tinta nera per le vesti de'... Zitti! Ma via! Almeno si guardassero attorno, quelli che ci vendono! Guardate: le travi e i travicelli su cui passeggiate in casa vostra, ve li abbiamo forniti noi. Da più cento anni durano. Quelle belle finestre, quelle forti serrature, sono roba nostra. Come chiudono bene! Le porte e gli usci e persino i pavimenti? Di castagno. Le madie, le casse, i banchi, le tavole? Di castagno. I barili, i bigonci, le botti? Di castagno. E al fuoco che legna è quella che brucia e scoppietta? E sotto il lavezzo, che carbone è quello che lo fa bollire bel bello? Di castagno, care le mie genti! Andate in capanna. Con che fate il letto alle bestie? Con le nostre fronde. Con che*

date cena alle bestie, quando il fieno è finito e la paglia è scarsa? Con i nostri vincigli. Andate fuori. Che bella vignetta ci avete! Ma i pali per mettere il filo, ma le calocchie per regger le viti, ma i forconi per far quelle belle baracche, di che sono se non di castagno? E che bel campetto! Ma codesto sugo che avete ammucchiato qua e là per ispargerlo poi, come l'avreste fatto senza il lettume che v'abbiamo dato noi? Ingrati! Di che avrebbero vissuto i vostri nonni, se non eravamo noi? E anco voi come sareste cresciuti così forti e belli, se non vi avessimo alimentato noi? Dopo il latte di vostra madre, ringraziate la nostra polenta, dolce come quello!"(Pascoli, 2004: pp.. 393 - 395)

In questo tratto viene sottolineato l'uso che gli abitanti fanno del castagno, il castagno è ovunque. Il concetto, già discusso precedentemente, che questo albero fosse impiegato in tutte le sue parti sia per la vita quotidiana casalinga sia per le attività agricolo – pastorali, viene ripreso e confermato da questo tratto di Pascoli.

2.3.4 Aspetti sociodemografici

Per quanto concerne gli aspetti sociodemografici, la presente analisi si riferisce alle variazioni della popolazione nella Provincia di Biella dal 1971 al 2021, data dell'ultimo censimento prodotto dall'ISTAT. Per prima cosa viene analizzato l'andamento demografico nel periodo di riferimento a livello provinciale, indagando sulla variazione totale del numero della popolazione residente (*Grafico 1*), nel quale si denota un vertiginoso calo del 17% dei valori.

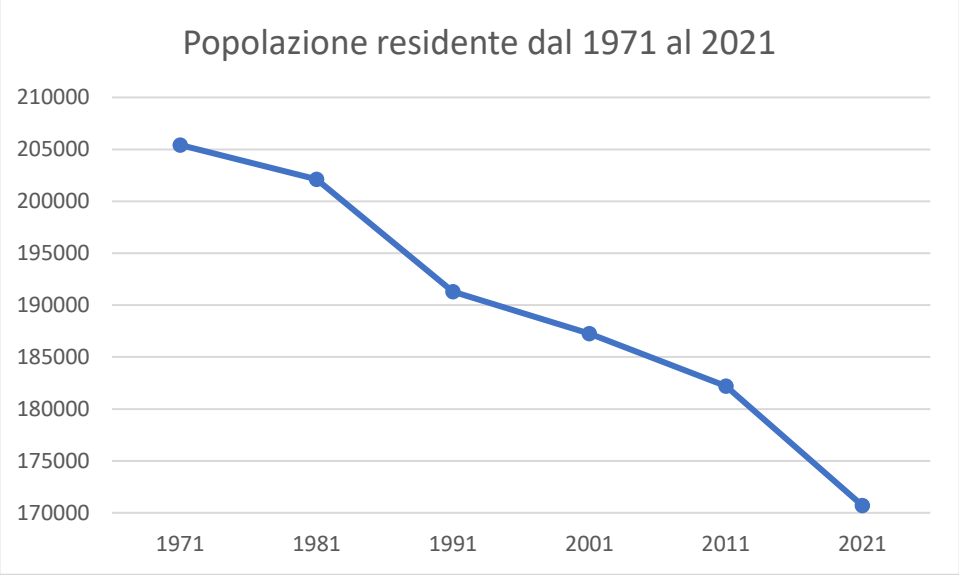


Grafico 1 – Variazione della popolazione residente nel periodo dal 1971 al 2021 (ISTAT, 2021)

Inoltre, è reperibile anche la composizione di questi valori che suddivide in tre fasce d'età la popolazione (giovani fino ai 5 anni, anziani over 65 e la classe intermedia tra le due), in ciascuno dei periodi storici individuati fino al 2011 (*Grafico 2*). In tutte le annualità si denota come la popolazione del biellese sia anziana, rappresentando il doppio del valore della classe intermedia adulta.

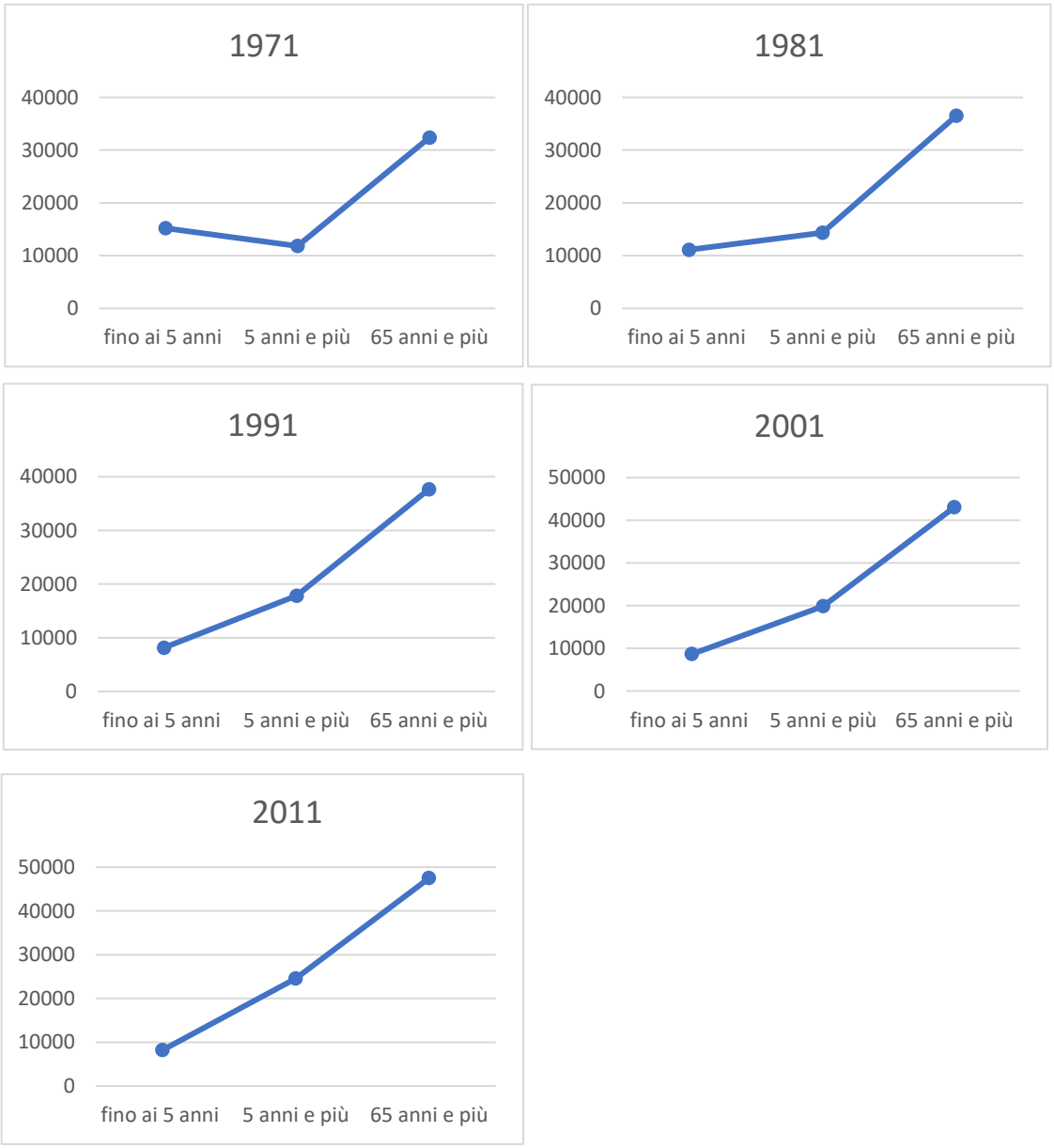


Grafico 2 – Variazione della popolazione per fasce d'età nel periodo dal 1971 al 2011 (ISTAT, 2021)

L'indice di vecchia della Provincia di Biella, con un valore di 221,3, è uno dei più alti nella Regione Piemonte e ben superiore alla media italiana (148,7).

Parlando invece della condizione lavorativa della popolazione, protagonista, come detto precedentemente, di quello che era un importante distretto industriale italiano, si è esaminato il tasso di occupazione e di disoccupazione e l'indice di ricambio occupazionale, nell'arco temporale degli ultimi vent'anni dal 1991 al 2011, secondo i dati disponibili forniti dall'ISTAT. Dei dati resi a livello comunale si sono calcolati i tassi e l'indice totali a livello provinciale (*Tabella 2*).

Tasso di occupazione		
1991	2001	2011
7,7	4,5	7,8

Tasso di disoccupazione		
1991	2001	2011
47,4	48,8	46,9

Indice di ricambio occupazionale		
1991	2001	2011
99,8	150,2	334,1

Tabella 2 – Tasso di occupazione/disoccupazione e indice di ricambio generazionale (ISTAT, 2011)

Gli esiti dell'analisi dei dati evidenzia un riscontro negativo in corrispondenza della fase di declino che ha colpito il biellese all'entrata del nuovo millennio nel settore economico; facendo dimezzare il tasso di occupazione con un valore del 4,5, rispetto al decennio prima che era quasi il doppio, con un valore del 7,8. Allo stesso tempo, il tasso di disoccupazione più alto è quello che appartiene al 2001; mentre un reindirizzamento del mercato nel 2011 ad altri settori ha fatto rispettivamente alzare e diminuire il tasso di occupazione e di disoccupazione.

2.3.5 Sistema infrastrutturale stradale e ferroviario

Sono state prese in considerazione le infrastrutture presenti all'interno dell'area di analisi e il rapporto di reciprocità che esse hanno con l'edificato esistente, avendo cura di tenere in considerazione il contesto in cui la zona si localizza. Si è voluto fare un'analisi del territorio scegliendo di includere all'interno della cartografia realizzata (*vedi Allegato 4*) la Provincia di Vercelli e di Novara, in quanto fulcro delle connessioni viarie, non solo a livello locale, ma anche regionale.

Partendo dal contesto territoriale che circonda la Provincia di Biella si può osservare che l'infrastruttura autostradale A4 Torino – Trieste costeggia ma non passa l'area oggetto di studio, così come il raccordo autostradale A4/5 Ivrea – Santhià e l'autostrada A26 Voltri – Gravellona Toce. L'intera viabilità di collegamento della Provincia con il contesto viene fornita mediante una fitta rete di strade provinciali, che collegano la Città di Biella ai principali nodi autostradali ed agli altri Comuni ed i nuclei urbani tra di loro. Il sistema stradale provinciale si dirama sia da Biella, che da Vercelli e Novara, con una forma radiocentrica che si dirama nell'area pianeggiante secondo tratti piuttosto rettilinei, seguendo il disegno del parcellare agrario. Al contrario, il sistema che interessa l'interno del territorio biellese vede, nell'area pedemontana e montana, un infittirsi di strade che si aggrovigliano con le stradi urbane locali; essendo

strade montane non seguono più un percorso rettilineo, ma sono caratterizzate da una serie di tornanti. Il sistema delle strade urbane locali della Provincia di Biella copre per la sua interezza il territorio, non si evidenziano aree scoperte dai collegamenti, ad eccezione dell'estrema zona a nord costituita dai rilievi montani di elevata pendenza.

L'assenza di un collegamento autostradale diretto, all'interno della Provincia di Biella, viene sopperito dalla presenza di una strategica linea ferroviaria che collega l'area sud – est con le altre province (*vedi Allegato 5*). Dalla Città di Biella si estendono due importanti tratte ferroviarie: una in direzione sud raggiunge Santhià, dove è possibile, attraverso un cambio treno, raggiungere le Città di Torino, Milano e Vercelli; l'altra in direzione est, attraversa la piana novarese, fino a raggiungere la Città di Novara, dalla quale si diramano tre diverse linee ferroviarie che permettono di raggiungere la zona del Lago d'Orta e il Lago Maggiore.

2.3.6 Persistenze storiche

L'analisi della costruzione storica del territorio biellese avviene anche in osservanza delle persistenze, ovvero di tutti quegli elementi che hanno mantenuto una continuità nel tempo senza subire variazioni, sono accettate le modifiche riguardo la loro funzione o utilizzo, visto come tentativo di adattabilità (*vedi Allegato 6*). Il Geoportale della Provincia di Biella fornisce una ricca fonte di dati utili per l'indagine territoriale; in particolare, tra questi troviamo una classificazione delle tipologie di permanenze delle strutture storico – insediative esterne ai tessuti urbanistici, dato ricavato dal Censimento del 1871. Vengono distinti le Abbazie, le chiese, le cascine storiche, le fornaci, fucine e mulini, gli opifici e i villaggi operai. La voce della classificazione più presente è quella delle chiese, dislocate sul territorio in maniera dispersiva, con una concentrazione maggiore nell'area pedemontana e montana del territorio. Quest'ultime, localizzate in zone isolate, lontane dai maggiori centri urbani, sono classificate come cappelle, ovvero un luogo di culto collegato ad un altro edificio non necessariamente religioso, come palazzi, case, ospedali, ecc, o come santuari.

Un altro dato, ricavato dalla tavola P4 del Piano Paesaggistico Regionale del 2017, conferma la presenza di poli di religiosità nei quali sono presenti i Sacri Monti. Sempre nel PPR dalla tavola P4, risultano utili i dati delle porte urbane, distinte in critiche e di valore, costituite dagli ambiti di ingresso alle parti compatte o centrali del tessuto urbano con disegno di spazio pubblico e dei fronti edificati e formazione di elementi di filtro tra interno ed esterno lungo assi di penetrazione (PPR, 2017), e dagli elementi di produzione industriale storica, che comprende i poli e i sistemi della protoindustria, i sistemi della produzione industriale dell'Ottocento/Novecento, le aree estrattive di età antica e medievale, le aree estrattive di età moderna e contemporanea, le infrastrutture per la produzione di energia idroelettrica di valenza storico-documentaria (PPR, 2017). Questi elementi di produzione industriale storica si concentrano nel tessuto urbano della Città di Biella e nelle zone limitrofe, riguardano insediamenti come: lanifici e cotonifici (ex cotonificio Poma, ex cotonificio Sella, ex fabbriche Rivetti, ex Lanificio Pria, ex Lanificio Simone, Lanificio Zegna, Lanificio Strobino, ecc), industrie per la lavorazione della canapa e del ferro (Officine Rubino), fornaci e mulini e nelle aree montane più impervie cave di estrazione; questi

dati confermano il passato storico di distretto industriale della Provincia di Biella, costituito da una fitta rete di elementi produttivi presenti e dislocati uniformemente sul territorio, i quali rappresentano il patrimonio dei siti industriali biellesi.

Infine, per completare il quadro delle persistenze storiche si è dato uno sguardo anche al sistema infrastrutturale stradale; i dati ricavati dal Geoportale della Provincia di Biella riportano le infrastrutture realizzate nella prima metà del XX secolo, che attraverso integrazioni ci sono pervenute inalterate.

2.3.7 Assetto fruitivo – percettivo

Per quanto riguarda l'analisi dell'assetto percettivo–fruitivo (*vedi Allegato 7*) si sono voluti rappresentare i caratteri identificativi d'importanza turistica, attraverso lo studio dei dati ricavati dalla tavola P4 del Piano Paesaggistico Regionale del 2017. L'analisi fruitiva osserva nel suo contesto la rete sentieristica, che attraversa il territorio biellese, classificata in percorsi pedonali e percorsi ciclabili per mountain bike. Per quanto riguarda i primi percorsi, questi prevedono degli itinerari che si diramano nell'area pedemontana e montana del biellese, proseguendo il tratto alla Provincia novarese verso i laghi. La ricca rete sentieristica è studiata in modo tale da far conoscere il patrimonio paesaggistico e culturale del territorio.

Nel biellese nord – occidentale sono presenti gli itinerari: dal Santuario di Oropa al Santuario di Graglia, lungo circa 15km con un dislivello di quasi 300m; da Pollone a Zumaglia, lungo 20,5km, incrociando il Parco della Burcina verso la Valle Cervo; da Quittinengo al Santuario di Oropa, lungo 16,6km che sale fino alla Bursh, parte alta della Valle Cervo, attraverso il Parco degli Arbo. Infine, sempre nell'area nord – occidentale, si trovano due grandi itinerari escursionistici di trekking alpino, la Grande Traversata delle Alpi, di circa 50km, e l'Alta Via delle Alpi Biellesi, a quote molto elevate, intorno ai 2000m, e di una lunghezza di circa 40km.

Nel biellese nord – orientale si trovano invece i percorsi devozionali che permettono di incrociare lungo il cammino diverse chiese, cappelle e santuari, classificate sotto la voce di elementi di rilevanza paesistica secondo il Piano Paesaggistico Regionale. Gli itinerari che si possono trovare sono: le Valli della Fede che collega i santuari della fascia pedemontana del Piemonte con il lago d'Orta; il Cammino di San Carlo e la rete di percorsi CoEur, un percorso nato da un progetto di valorizzazione di alcuni elementi come parchi, borgate storiche, chiese, santuari, ecc.; la rete sentieristica dell'area montana Oasi Zegna.

Nel biellese sud – occidentale la rete sentieristica è più diradata e comprende principalmente la rete sentieristica per la scoperta dell'anfiteatro morenico di Ivrea e la traversata del biellese dal Comune Graglia a Cerrione.

L'analisi percettiva prende in considerazione anche i punti panoramici di belvedere, localizzati nell'arco pedemontano occidentale del territorio, tra questi emergono alcuni punti registrati in corrispondenza di castelli o rifugi; gli elementi di interesse naturalistico con rilevanza visiva, ossia un dato comprendente la localizzazione sia di importanti alberi monumentali, quali sequoie e castagni, sia di singolarità geologiche come la Cascata della Vecchia nel Comune di Sagliano Micca; le infrastrutture turistiche montane, che permettono la fruizione del territorio durante la stagione invernale grazie agli impianti sciistici.

2.3.8 Analisi del quadro pianificatorio

Per svolgere un'analisi del quadro pianificatorio sono stati esaminati e messi a confronto i vari strumenti di supporto all'attività di governo del territorio, alle diverse scale regionale, provinciale e locale; i documenti revisionati sono stati:

1. il Piano Paesaggistico Regionale (PPR, 2017)
2. il Piano Territoriale Regionale (PTR, 2011)
3. il Programma di Sviluppo rurale (PSR 2014 - 2020)
4. il Piano Territoriale Provinciale (PTP, 2010)
5. il Documento Programmatico del PTP (2020 - 2023)

1. Il Piano Paesaggistico Regionale è stato approvato dal Consiglio Regionale il 3 ottobre 2017, con D.C.R. n. 233-35836, formatosi ai sensi del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio (D.lgs. 42/2004) e della CEP - Convenzione Europea del Paesaggio (Consiglio d'Europa, 2000); entrando in vigore il 20 ottobre 2017. Il Piano rappresenta lo strumento principale a livello regionale di pianificazione per la salvaguardia e gestione del territorio. I suoi obiettivi principali, in coerenza con quelli perseguiti dal Piano Territoriale Regionale, sono la promozione della conoscenza del territorio regionale, dei suoi valori, delle sue criticità, con attenzione ai suoi fattori strutturanti che condizionano i processi di

trasformazione, e la costruzione di un apparato normativo con le prospettive di riforma legislativa a livello regionale e nazionale, tale da responsabilizzare i poteri locali, da presidiare adeguatamente i valori del territorio e da migliorare l'efficacia delle politiche pubbliche (PPR, 2017: p.1). Inoltre, il PPR persegue delle strategie operative su diverse tematiche, quali: il rafforzamento dei fattori identitari del paesaggio per il ruolo sociale di aggregazione culturale e di risorsa di riferimento per la promozione dei sistemi e della progettualità locale; il potenziamento di una consapevolezza diffusa del patrimonio paesaggistico e della necessità di valorizzarne il ruolo nei processi di trasformazione e di utilizzo del territorio; il riconoscimento del ruolo funzionale dei centri storici nel quadro di una politica territoriale di rilancio delle città e sostegno ai processi di conservazione attiva dell'impianto urbanistico ed edilizio, delle pertinenze paesaggistiche e delle relazioni con il sistema dei beni d'interesse storico, archeologico e culturale; la valorizzazione e rifunzionalizzazione degli itinerari storici e dei percorsi panoramici; lo sviluppo di reti di integrazione e di attrezzature leggere per il turismo locale e diffuso, rispettoso e capace di valorizzare le specificità e le attività produttive locali; il rafforzamento dei fattori identitari del paesaggio per il ruolo sociale di aggregazione culturale e per la funzionalità in quanto risorse di

riferimento per la progettualità locale; il potenziamento delle identità locali, attraverso un'organizzazione dei servizi che tenga conto delle centralità riconosciute e coincidenti con gli insediamenti storicamente consolidati.

2. Il Piano Territoriale Regionale (PTR), approvato con DCR n. 122-29783 del 21 luglio 2011, rappresenta lo strumento di connessione tra le indicazioni derivanti dal sistema della programmazione regionale e il riconoscimento delle vocazioni del territorio; definisce le strategie e gli obiettivi di livello regionale, e ne affida l'attuazione, attraverso momenti di verifica e di confronto, agli enti che operano a scala provinciale e locale. Stabilisce le azioni da intraprendere da parte dei diversi soggetti della pianificazione, nel rispetto dei principi di sussidiarietà e competenza, per dare attuazione alle finalità del PTR stesso (Regione Piemonte, 2022). Vi è uno stretto legame con il PPR, sono documenti complementari, essi condividono strategie e obiettivi comuni, che poi si articolano in obiettivi specifici, tra questi si possono trovare l'intenzione di: costruire percorsi strategici definiti per ambiti geografici, seguendo cioè una logica schiettamente multipolare, sfruttando in tal modo la ricchezza e la varietà dei sistemi produttivi, culturali e paesaggistici presenti nella Regione; l'integrazione delle politiche settoriali. Di rilevante importanza è il Quadro di Riferimento Strutturale (QRS)

contenuto all'interno del PTR, è necessario perché costituisce "*il presupposto necessario per un disegno strategico dei processi di sviluppo e trasformazione coerente con i caratteri e le potenzialità dell'intero territorio regionale e delle sue parti. Più precisamente si qualifica come quadro di riferimento unitario - alla scala regionale - per la pianificazione territoriale e quella paesaggistica, in grado di garantire quell'indispensabile integrazione sancita dai diversi provvedimenti legislativi in materia. Inoltre si qualifica come strumento a supporto e indirizzo della pianificazione territoriale e urbanistica degli enti locali e come riferimento per il coordinamento e la concertazione delle decisioni settoriali.*" (PTR, 2011: p. 39). Il QRS suddivide il territorio in Ambiti di Integrazione Territoriale (AIT), in quadranti e in Province.

Il territorio del biellese ricade nel quadrante nord – est, insieme alle Province del Verbano – Cusio – Ossola, di Novara e di Vercelli. Dopo il quadrante della Città Metropolitana di Torino, è considerato il quadrante con le maggiori risorse per lo sviluppo regionale, grazie alla concentrazione dei sistemi locali agro – industriali, alla valorizzazione del patrimonio storico – culturale e alla densità demografica lavorativa. Questa potenzialità territoriale però non vede spiragli per uno sviluppo, dato che all'interno del quadrante non vi è una forte coesione interna, ma piuttosto una forte

competitività, che vede emerge ad oggi la struttura policentrica novarese.

La Provincia di Biella ricade inoltre nell'AIT n.6 "Biella"; all'interno della scheda all'interno del PTR (2011), oltre alla descrizione territoriale dell'area con i relativi indicatori sociodemografici e morfologici, sono contenute le indicazioni per i programmi di potenziamento (come quello che coinvolge la rete viabilistica, stradale e ferroviaria, per aumentare e migliorare l'accessibilità locale) e programmi integrati, il più significativo è il progetto di rete dell'Ecomuseo del Biellese, volta al mantenimento della integrità e della qualità del distretto tessile, facendone un centro

dell'eccellenza tecnologica e manageriale per l'industria dell'abbigliamento della regione con capacità di attrazione internazionale; alla creazione di una nuova realtà ricettivo-turistica per lo sviluppo del turismo di breve periodo; al rilancio di capacità propositive del territorio montano in ambito agricolo-pastorale e alla ricomposizione e riqualificazione delle proprietà forestali.

3. Il Piano di Sviluppo Rurale è un programma pluriennale che prevede l'erogazione di premi o contributi per investimenti in beni materiali o immateriali. Ad oggi è in vigore il PSR 2014 – 2020,

approvato con decisione della Commissione Europea C(2015)745/6 del 28 ottobre 2015, disciplinato dagli articoli da 47 a 51 e da 72 a 75 del regolamento (UE) n. 1303/2013.

che nell'arco di tempo dal 2014 al 2020 si preoccupa di individuare strategie d'interventi innovazione, trasformazione e integrazione con gli altri comparti economico-sociali. Di ognuno di questi piani vigenti sono stati rappresentati in una tabella gli obiettivi e le progettualità influenti sull'area presa in analisi, dalla quale si evidenziano, per gli argomenti di interesse del presente elaborato, gli obiettivi: per il ripristino della biodiversità e paesaggio, attraverso operazione programmate in via primaria (stesura ed aggiornamento dei piani paesistici, investimenti per accrescere la resilienza e il pregio ambientale, gestione degli elementi dell'agroecosistema); per il ripristino della biodiversità e paesaggio, attraverso operazione programmate con contributi secondari (tecniche di agricoltura conservativa, sistemi colturali ecocompatibili, conversione all'agricoltura biologica, progetti ambientali); gestione sostenibile delle risorse naturali e del clima.

4. Il Piano Territoriale Provinciale della Provincia di Biella è stato approvato dal Consiglio Regionale con Delibera n. 90-34130 del 17/10/2006 ai sensi dell'art. 7 della L.R. n° 56/77 pubblicata sul

BUR del 23/11/2006; con il Consiglio Regionale con deliberazione n. 60 – 51347 del 1° dicembre 2010, ai sensi e per gli effetti dell'art. 7 della LR 56/77 e ss.mm.ii. è stata approvata la Variante n.1 al PTP. Quest'ultima è integrata del Rapporto Ambientale per la Valutazione Ambientale Strategica (VAS ai sensi del D.Lgs 152/2006 e ss.mm.ii.) e della Valutazione di incidenza ambientale ai sensi dell'art. 5 del DPR 08/09/97 n. 357. Attraverso il Consiglio Provinciale n. 46 del 16/10/2015 sono stati approvati gli Indirizzi per l'avvio del processo di aggiornamento del Piano Territoriale Provinciale vigente ai sensi dell'art. 10 della L.R. 56/77 e ss.mm.ii.; in particolare in questa sezione è stato annullata la classificazione di "viabilità di grande comunicazione", lungo l'asse est – ovest, del bypass del Comune di Mongrando. All'interno della Relazione Illustrativa della Variante n.1 si affronta la questione di un nuovo scenario economico e sociale per la dimensione strategica del territorio. È di fondamentale importanza il riconoscimento e la consapevolezza che "il biellese è un territorio che ha scritto pagine importanti della storia industriale d'Italia ma che da tempo è investito da una transizione onerosa che sta selezionando i settori di punta del comparto produttivo della tradizione tessile e che lascia scoperte parte delle risorse umane e strumentali che questa ha sin qui mobilitato, risorse che faticano a ri-orientarsi e a rendersi

disponibili per nuovi cicli e su nuove traiettorie di sviluppo." (PTP – Relazione Illustrativa, 2009: p. 7). Viene inoltre riportato che "la comunità biellese deve interrogarsi con tempestività ed efficacia su come è possibile impegnare le riserve di capacità professionale che non si riconoscono più nel sistema della produzione tessile, per quanto estesi siano i limiti entro i quali lo si sappia descrivere, dovendo per di più registrare la condizione, tutt'altro che tranquillizzante, di un forte invecchiamento della popolazione presente. Non a caso l'esplorazione strategica e operativa della programmazione territoriale integrata coordinata dal comune capoluogo ha iscritto nella propria insegna la vocazione tessile di Biella e l'esigenza di misurarsi con la frontiera della sperimentazione: "Biella laboratorio tessile". Una scelta che da continuità e propone nuovi orizzonti ad una attenzione già molto presente nelle istituzioni locali, oltre che tra i soggetti imprenditoriali. Un attenzione ben rappresentata dalle iniziative formative di Città degli Studi" (PTP – Relazione Illustrativa, 2009: p. 7).

Gli indirizzi dettati dal PTP della Provincia di Biella sono dunque incentrati all'innovazione dei prodotti del territorio, all'aumento di competitività e produttività del sistema; vengono sottolineate diverse dimensioni dell'istanza innovativa, tra cui:

- l’innovazione territoriale come innovazione del panorama di funzioni presenti in un determinato territorio (in questa direzione può essere letto, ad esempio l’insediamento di funzioni formative universitarie, di ricerca, etc);
- l’innovazione territoriale come innovazione dell’immagine di un determinato territorio (in questa direzione possono essere letti in particolare processi di riqualificazione urbana, di valorizzazione del paesaggio, di riorganizzazione dell’offerta culturale, etc.);
- l’innovazione territoriale come innovazione organizzativa nei soggetti e nelle reti operanti in un determinato territorio (in questa direzione possono essere letti processi di formazione di reti, di ascolto e partecipazione, le modifiche del modello di welfare, etc.).

5. Il Documento Programmatico del Piano Territoriale Provinciale di Biella nasce dallo studio degli scenari economici e sociali contenuti all’interno della Variante n.1 del Piano. In coerenza con le politiche, gli indirizzi e gli obiettivi provenienti dagli strumenti di programmazione e pianificazione regionale, il Documento Programmatico si struttura con una composizione tematica di cinque politiche territoriali: competitività ed innovazione, qualità e sicurezza, accessibilità, sostenibilità, equità

ed efficienza. In linea con il *Capitolo 1* di questo elaborato (nella quale si trattava l'obiettivo della pianificazione strategica di marketing territoriale, ovvero quello di guidare il territorio d'interesse attraverso le sue fasi di maturità, declino e nuove fasi di sviluppo, così da garantire uno stato attivo di competitività verso gli altri sistemi territoriali), il Documento Programmatico del PTP afferma come uno dei suoi obiettivi principali quello della qualificazione delle valenze paesaggistiche, ambientali e culturali, finalizzate sia al miglioramento del benessere sociale del territorio che alla promozione dei suoi fattori di attrazione.

2.4 Gli attori locali nel biellese

Nel Piano Territoriale Provinciale della Provincia di Biella viene accennata, oltre la presenza di istituzionali locali, la partecipazione di attori locali allo sviluppo locale, i quali, attraverso la loro cooperazione, generano una rete stabile che nel tempo può aumentare la capacità di visione strategica. "Lo sviluppo locale è dunque un processo di cooperazione e cambiamento [...] finalizzato a produrre beni collettivi locali (infrastrutture e servizi per la comunità locale), in cui è di fondamentale importanza il ruolo degli attori locali per alimentare una strategia di valorizzazione delle risorse locali" (Ciapetti, 2010: p. 18). Proprio nella seconda sezione dedicata alle "Politiche territoriali rinnovate entro un nuovo scenario economico e sociale" viene riportato che "*Una scelta che da continuità e propone nuovi orizzonti ad una attenzione già molto presente nelle istituzioni locali, oltre che tra i soggetti imprenditoriali. Un attenzione ben rappresentata dalle iniziative formative di Città degli Studi e da quelle di certificazione che hanno in Tessile & Salute il proprio riferimento, iniziative proiettate ormai in un orizzonte di piena internazionalizzazione.*"(PTP – Relazione Illustrativa, 2009: p. 7) ed ancora "*In questo contesto, aspetto non secondario è il potenziamento dell'offerta formativa di Città degli Studi, attraverso un progetto di internazionalizzazione dei servizi offerti e l'organizzazione di*

un sistema integrato di iniziative a supporto delle imprese e delle risorse umane che partecipano ai processi ideativi, produttivi e commerciali. Obiettivo di questa strategia è quella di rafforzare l'offerta formativa locale al fine di creare figure professionali atte a coniugare componenti culturali e creative con quelle più marcatamente legate alla produzione che costituiscano una nuova classe dirigente capace di favorire la transizione delle imprese locali ad una nuova dimensione nella competizione globale. Integrato in questa strategia innovativa è l'obiettivo di rafforzare il sistema delle reti di comunicazione immateriale attraverso la realizzazione di reti di comunicazione terrestri e wireless finalizzate ad adeguare il territorio a nuove esigenze e modalità comunicative." (PTP – Relazione Illustrativa, 2009: p. 9). Andando ad analizzare il perché viene dedicato questo spazio all'interno di un Piano, si scopre che Città degli Studi è solo una delle più influenti organizzazioni nel biellese, ma che vi sono altri attori locali che hanno un ruolo decisivo sulle scelte territoriali e che partecipano attivamente allo sviluppo territoriale del biellese, mediante la messa in opera di strategie ed eventi territoriali. Di seguito si analizzano alcuni esempi di dette realtà.

Città Studi Biella è la società strumentale della Fondazione Cassa di Risparmio di Biella, fondata per iniziativa delle istituzioni e dell'associazionismo imprenditoriale locale allo scopo di favorire lo

sviluppo tecnico scientifico dell'industria biellese; rappresenta uno dei poli di cultura industriale più importanti d'Italia (Città Studi Biella, 2022). Per facilitare lo scambio di esperienze e consolidare il proprio orientamento internazionale, Città Studi ha da tempo instaurato una rete di contatti con centri di formazione e ricerca nazionali e internazionali, entrando a far parte di una rete di conoscenza globale. Città Studi è stata partner di diversi progetti finanziati dall'UE negli ultimi anni: MIDWOR-LIFE, che studia come ridurre l'impatto ambientale che, in particolar modo nel biellese, deriva dai processi di finissaggio tessile, cercando di promuovere azioni di comunicazione verso le aziende produttrici ed innescare processi di innovamento tecnologico; ALLIANCE, il cui nome sottolinea le finalità del progetto a creare collaborazioni a livello europeo per la difesa e sicurezza sui materiali utilizzati in fase di produzione, applicando il concetto di "dual-use" che collega il settore della difesa con materiali tessili tecnici avanzati e tecnologie abilitanti strategiche (KET), consentendo lo sviluppo di nuove applicazioni industriali e catene del valore; Equal, iniziativa che cerca di contrastare le disuguaglianze nel mercato del lavoro, fondandosi in particolare sui principi di imprenditorialità, adattabilità e occupabilità; Big Picture Learning: innovations for students with constraints, un progetto che ha dato vita ad un'istituzione no – profit che aiuta la formazione dei più giovani nell'apprendimento delle nozioni base del lavoro, aiutandoli ad inserirsi

con attività di pratica sotto la guida di tutor, cercando così di evitare l'aumento della dispersione scolastica.

Negli ultimi anni all'interno di Città Studi si è avviata una vera e propria Accademia, che permette di iscriversi a "Corsi Tessili", "Corsi Trasversali" e "Corsi di Ospitalità", ed un servizio al lavoro. Questi elementi sono l'ennesimo tentativo da parte della società per formare i cittadini del territorio del biellese, per far si che ognuno riesca ad avere la consapevolezza e la capacità di saper sfruttare in modo sostenibile sia le proprie risorse personali sia le risorse locali che il territorio offre, in modo tale da creare una rete di nuovi lavoratori, che intuiscano l'importanza delle collaborazioni capaci di apportare un valore aggiunto nel biellese.

Fondazione BIellezza è un'altra società nata nel territorio biellese nel febbraio 2020, grazie all'impegno di Ermenegildo Zegna, Banca Patrimoni Sella & C. S.p.a. e Banca Sella S.p.A. e Fondazione Cassa di Risparmio di Biella, nasce per dare contributo concreto ad un nuovo sviluppo economico e sociale del territorio biellese, in modo specifico lavorando sul tema dell'attrattività a livello turistico. L'obiettivo della Fondazione corre insieme a quello della Biella Città Creativa UNESCO, per una volontà di complementarità e collaborazione nel perseguire medesimi obiettivi; intende inoltre collaborare con tutte le realtà già esistenti sul territorio per rafforzare l'unitarietà territoriale, per costruire dei rapporti solidi e duraturi. La Fondazione BIellezza punta a sviluppare

una forma sana di turismo, basata sul ben – essere e sull'ospitalità, non un turismo "mordi e fuggi", ma un turismo che frequenta e torna per conoscere profondamente le caratteristiche del biellese. A questo impegno si sono unite diverse associazioni e privati cittadini, che attraverso la Fondazione BIellezza, strumento giuridico privato, possono mirare insieme all'interesse pubblico di creare attività turistiche e opportunità imprenditoriali per il rilancio del biellese. In questo triennio la Fondazione ha già avviato diversi progetti che hanno riscosso un grande successo sul territorio: Naturalmente Biella, una campagna fotografica di promozione territoriale per la conoscenza delle risorse naturali, dei borghi e della tradizione; BIS il primo festival del gusto biellese, che ha avuto luogo a maggio di quest'anno, per far (ri)scoprire la tradizione enogastronomica biellese ad un pubblico più ampio; il Gusto al Centro un progetto che chiama diverse aziende biellesi a presentare i loro prodotti, allo scopo di attrarre curiosi alla ricerca dei sapori tradizionali; The Silver Life progetto per rivitalizzare gli antichi borghi combattendo lo spopolamento e l'abbandono della vita circondati dalla natura.

Cittadellarte, un nuovo modello di istituzione artistica e culturale, fondata dall'artista contemporaneo italiano più rappresentativo nel mondo, che dà il nome alla struttura che ospita questa istituzione, la Fondazione Pistoletto. Cittadellarte pone l'arte al centro per realizzare un luogo d'incontro per tutti gli artisti, imprenditori e studenti. "È un

laboratorio-scuola dedicato allo studio, alla sperimentazione e allo sviluppo di pratiche che traducono in realtà il simbolo del Terzo Paradiso, implicandolo in ogni ambito sociale e in ogni tipo di organizzazione, a partire dal singolo individuo fino ai massimi organismi come le Nazioni Unite." (Fondazione Pistoletto Cittadellarte Biella, 2022). Negli anni all'interno di Cittadellarte si sono costituiti altri progetti/cantiere per dare vita ad un movimento attivo sul territorio che potesse fare la differenza nella valorizzazione delle risorse locali. Uno dei più importanti progetti è quello di Let Eat Bi, fondato dalla figlia di Pistoletto nel 2013, l'architetto Armona Pistoletto, la quale ha creato una rete sociale di attori locali che cooperano per la cultura, la convivialità e l'inclusione sociale, tutto con un occhio di riguardo molto particolare per il territorio biellese. È la dimostrazione tangibile di come l'unione degli abitanti del biellese possa operare per un cambiamento responsabile, promuovendo il potenziale della Terra come bene comune. Uno dei primi progetti, difatti, promosso da Let Eat Bi, è il "*Catasto solidale*" che raccoglie l'elenco dei terreni incolti, e non, e mette in comunicazione, attraverso una piattaforma digitale, produttori e amatori dell'ambiente. Con l'intenzione di affiancare queste informazioni del territorio ad un programma formativo educativo, dei saperi tradizionali riguardanti le tecniche di produzione agricola, si è costituita "*Accademia verde*" che permette questo scambio intergenerazionale tra gli esperti biellesi che raccontano il territorio con

nuovi “pionieri” volenterosi di affrontare uno stile di vita simile a quello tradizionale biellese legato all’allevamento e all’agricoltura. Da questa iniziativa sociale educativa è nato uno dei principali progetti di Let Eat Bi, denominato Terre AbbanDonate, grazie al quale, attraverso un sito, è possibile far interagire i proprietari di quei terreni che non vengono più utilizzati, per mancanza di tempo per fornire un’appropriata cura, con i cittadini che esprimono la volontà di voler coltivare un terreno, sia per passione personale che per esigenze produttive.

Proprio per queste iniziative promosse da Cittadellarte, nel 2019 Biella ha potuto vantare di entrare a far parte delle *Creative Cities del Network UNESCO*, nella categoria “*Crafts & Folks Arts*”, riservate alle eccellenze mondiali nel settore dell’artigianato e dell’arte popolare. Questa vittoria sancisce e testimonia la vitalità del territorio biellese e la sua identità e vocazione storica, ha attirato su di sé lo sguardo facendo riscoprire, non solo le attività artigianali antiche del tessile, per le quali il territorio è rinomato da sempre, ma anche una vita legata alla ruralità dei paesaggi di una sorprendente bellezza, raggiungibili attraverso antichi sentieri che si insinuano nella natura (Piemonte The Place To Experience, 2022).

Dal successo di questi progetti a scale locale della Città di Biella si è pensato poi di provare a creare una rete più vasta, per discutere le criticità che rischiano di minacciare il territorio, per trovare soluzioni strategiche

per trasformare i punti di debolezza nel territorio in un punti di forza di rilancio. Allargando la scala, si è scoperto che le aziende agricole e le piccole imprese presenti sul territorio sono anch'esse interessate ad accrescere la sensibilità ambientale e culturale delle comunità locali e delle giovani generazioni, in modo tale che queste non degradino ammodernandosi completamente. Per questo motivo, Cittadellarte ha intrapreso l'iniziativa di creare un luogo d'incontro per tutti questi soggetti territoriali, attraverso il progetto di Biella Città Arcipelago; è stato costruito un "Atlante dei paraventi" dove sono stati mappati novantaquattro casi studio di realtà impegnate nella sostenibilità in tutti i settori, alimentare, energetico, artigianale, educativo, culturale – turistico e della produzione agricola. La mappatura è stata ottenuta mediante interviste, dove ad ognuno è stato chiesto di esprimere gli obiettivi, in riferimento ai Sustainable Development Goals (SDGs), che la sua azienda persegue e, secondo autovalutazione, in che scala cercano di raggiungere diversi criteri come "l'impatto sociale ed ambientale, parlando di emissioni, rifiuti, energia ed occupazione del suolo, l'innovatività ed originalità, la replicabilità ed esportabilità in altri territori, la capacità di generare economia sostenibile ed occupazione, i rapporti con il territorio e le comunità e le capacità di fare rete" (Biella Città Arcipelago, 2022).

3. Proposta di Distretto

Le dinamiche territoriali attuali, che interessano da un lungo periodo il biellese, hanno portato l'Istituto di Ricerche Socioeconomiche del Piemonte (IRES Piemonte) a condurre delle analisi ed ad ipotizzare tre possibili scenari: "*il primo, decisamente catastrofico, prevede una risposta alla crisi settoriale affidata unicamente al tessile tradizionale attraverso la compressione dei costi. Il secondo prevede una riduzione del tessile ad attività di nicchia, con una riconversione complessiva del sistema verso il post-manifatturiero tecnologico e di servizi e con una prevedibile riduzione quantitativa della base occupazionale e demografica specie nelle aree periferiche. Il terzo, ritenuto auspicabile, combina il mantenimento di funzioni manifatturiere tecnologicamente aggiornate con la valorizzazione diffusa delle risorse locali culturali e paesaggistiche, come fattori di un'economia che punta sulla qualità ambientale e sociale, sull'attrazione turistica e residenziale, su attività creative, di servizio e di formazione.*" (PTR, 2011: p. 83). Quest'ultimo scenario è la base di partenza per la strutturazione di una proposta di Distretto per il biellese, che permetta un rilancio sia economico che del valore dell'identità territoriale, lavorando sull'attrattività delle risorse locali.

Il biellese è un territorio ancora poco conosciuto, ma proprio per questo motivo può rivelarsi la bellezza della curiosità della scoperta, che potrebbe stimolare un probabile visitatore a spingersi oltre quella che è da sempre stata la "copertina" del biellese (come è emerso dal capitolo precedente di questo elaborato, il biellese è conosciuto soprattutto per le eccellenze della montagna e per il suo passato industriale nel settore del tessile). Lo sviluppo locale che si vorrebbe attuare punterebbe a creare dell'intero territorio biellese un'eccellenza dell'accoglienza, e non solo più un'eccellenza tessile. In questi ultimi anni si è riscoperta l'attrattività dei prodotti locali degli alpeggi insieme a percorsi di visita nei luoghi in cui questi vengono prodotti. Da un punto di vista economico, l'intento sarebbe quello di provare a raddoppiare i numeri del turismo nel giro di pochi anni, cercando di avere un settore stabile e duraturo che riesca ad utilizzare le potenzialità del biellese, che non ha nulla da invidiare ai territori limitrofi. Da un punto di vista sociale, lo sviluppo locale potrebbe creare delle nuove opportunità di impiego e delle nuove figure professionali, con la quale collaborare per il raggiungimento degli obiettivi prefissati. In seguito, si dovrebbe puntare ad avere un coinvolgimento di tutta la popolazione biellese, non solo degli addetti, per creare una nuova attrattività, che sia vera, profonda e sincera in grado di saper esprimere un senso di accoglienza a chi vorrà spingersi sul territorio.

Lo studio di una proposta si pone come strategia per lo sviluppo locale del territorio biellese, secondo un approccio di progettazione "bottom up", ovvero un metodo di pianificazione inclusivo in grado di mettere a sistema tutte le conoscenze che possono risultare potenziali variabili. Il biellese è un territorio che si sta ripensando nel profondo, è un processo che sta affrontando attraverso una serie di azioni, che hanno l'obiettivo di scavare nella comunità di un territorio e cercare di capirne i tratti fondamentali, per essere poi in grado di comunicarli e di trasmetterli all'esterno per creare una nuova attrattività.

La necessità pianificatoria di vertere su altri settori, per far emergere un nuovo "volto" dell'identità territoriale biellese, punta le sue competenze nell'eccellenza enogastronomica; la proposta di progetto sarebbe quella di realizzare un Distretto Alimentare, che riunisca sotto un'unica rete tutte quelle realtà territoriali, attualmente occupate nel rilancio dei loro prodotti alimentari locali, in modo tale che non vengano perdute tradizioni ed usanze appartenenti ad una cultura contadina legata al territorio ed alle sue risorse. Il Distretto Alimentare potrebbe inoltre costituire un esempio di interconnessione per il territorio, che magari potrà essere utile e ripetuto in altre zone d'Italia. Il processo di proposta di Distretto Alimentare deve riuscire sia alla definizione della riscoperta identità territoriale sia a rispondere del perché un visitatore dovrebbe scegliere la Provincia di Biella come destinazione; quali sono i caratteri

distintivi su cui dovrebbe puntare per distinguersi dagli atri territori? La definizione e la sintesi di un'identità sono un passaggio fondamentale per il processo di proposta, perché servono a dare coerenza e forza anche alle altre azioni ed iniziative presenti sul territorio, che operano spesso senza la guida di un filo conduttore e di una coerenza di obiettivi.

Il Distretto Alimentare costituirebbe un'opportunità per cambiare quell'attitudine che ha sempre visto sul territorio la divisione delle realtà che producevano e delle realtà che lavoravano sul turismo.

3.1 Il superamento del Distretto Industriale e del Distretto del Commercio

Il ciclo di vita del Distretto Industriale Biellese è stato caratterizzato da un alternarsi di fasi di sviluppo e di declino, "la fase di maggiore espansione industriale si può datare intorno al 1860: in quegli anni, in seguito alla prima forma di organizzazione sindacale dei tessitori, vedono la luce le "proto-organizzazioni imprenditoriali" come la "Società di fabbricanti in panni lana in Biella", la "Società dei fabbricanti dei panni lana della Valle del Torrente Strona", l'"Associazione dell'Industria Laniera Italiana", quest'ultima già a carattere nazionale. All'inizio del secolo scorso, nel 1924, la necessità di coordinare l'attività di tutti i settori produttivi del biellese porta alla creazione della "Federazione Industriale

Biellese", che nel 1946 prese il nome di "Unione Industriale Biellese"" (Maggioni, 2009: p. 23). La fase di declino prende avvio all'inizio del nuovo millennio, dove circa il 60% delle imprese sono state costrette a chiudere; l'unica soluzione che è stata intrapresa è quella delle ricompattazione della filiera produttiva attraverso un'integrazione, sia a monte sia a valle, da parte delle imprese più grandi, di esternalizzazione al di fuori del distretto di fasi molto rilevanti, con conseguente crisi di un determinato comparto, e di delocalizzazione (Maggioni, 2009: p. 44).

Uno dei problemi fondamentali che ha mandato in crisi il metodo di produzione industriale nel biellese è quello della comunicazione; l'aumento della produzione, per sopperire ad una crisi economica del settore, e l'eccessiva esternalizzazione del prodotto hanno "confuso" il consumatore. La disinformazione al consumatore dell'origine dei tessuti che acquista e la presenza sul mercato di beni intermedi, che abbassano la domanda da parte di confezionisti di tessuti di qualità, ha ulteriormente mandato in crisi il sistema di Distretto Industriale Biellese, che sta attraversando una delle più difficili fasi di declino, trascinando con sé tutto il territorio della Provincia di Biella e la sua economia.

Dalle analisi e considerazioni precedenti questo paragrafo, è reso evidente come la mono identità territoriale, basata su unico prodotto, non sia un approccio che rispecchi appieno le potenzialità che ha da offrire il biellese. Quest'ultimo infatti può essere paragonato ad un'area

commerciale e, a sua volta, è più coerente all'interno della definizione di Distretto del Commercio, in quanto presenta tre diverse caratteristiche: "una forte territorialità, intesa non solo come vicina localizzazione, ma come bacino di risorse relazionali per il soggetto operante nel distretto che può in questo modo collegare la sua iniziativa con il sistema complessivo della produzione e degli scambi presenti nell'area; una popolazione di imprese, di dimensioni ridotte correlate da un tipo di organizzazione orizzontale in settori e legata alle altre da una forte concorrenza e da poca conoscenza biunivoca; una comunità di persone, in continuo e forte scambio di informazioni all'interno del distretto tra cui esistono delle relazioni di reciprocità e di fiducia" (Caldarice, 2010: p. 29).

Per cercare di comprendere la struttura e gli obiettivi che si pone un Distretto del Commercio, si è dato uno sguardo ad un distretto presente nella nostra Regione Piemonte, il Distretto del Novese. Quest'ultimo è una convenzione tra i comuni del Basso Piemonte per la gestione associata ai fini della valorizzazione turistica, commerciale, ambientale e culturale del territorio (Distretto del Novese, 2022). Il 2 agosto del 2006 la Regione Piemonte, con deliberazione numero. 45 - 3566, ha approvato la sperimentazione di 5 distretti commerciali che si sarebbero dovuti sviluppare nei comuni di Novi Ligure, Vercelli, Alba, Bra e Cuneo; quello di Novi Ligure è l'unico che ha messo in pratica gli obiettivi e linee guida deliberate. Nasce con l'intento di: ribaltare la crescita polarizzata sul

restante territorio, al fine di evitare i rischi della desertificazione commerciale per la presenza particolarmente impattante di alcuni grandi strutture di centri commerciali (Caldarice, 2010: p. 25), a causa del successo del Factory Outlet Center, adiacente all'insediamento urbano, nel quale sono state innescati nuovi interventi di riqualificazione urbana; di valorizzare il territorio mediante programmi e progetti di sviluppo delle eccellenze culturali, artistiche, storiche, architettoniche ed enogastronomiche, mediante la promozione di informazioni turistiche, la partecipazione ad eventi d'ambito culturale ambientale e la sensibilizzazione della popolazione.

Diversamente, il Distretto Alimentare Biellese si svilupperebbe per la valorizzazione di una sola tematica, l'enogastronomia e la produzione alimentare connessa ai prodotti tipici locali; lo sviluppo locale e la promozione del territorio sarebbe l'esito del successo di questa valorizzazione. Queste intenzioni pongono le basi per strutturare un distretto più specifico, nel quale si andrebbe a creare una rete dove un possibile turista per visitare o partecipare ad un evento enogastronomico decida successivamente di usufruire di quei percorsi ciclabili e itinerari pedonali montani per scoprire i beni culturali, beni paesaggistici e poli della religiosità.

Di seguito (*Tabella 3*), si propone un confronto che mette meglio in evidenza le differenze tra le tre diverse forme distrettuali, a partire dalla proposta contenuta in Caldarice (2010).

Distretto Industriale	*Distretto Commerciale*	*Distretto Alimentare*
Si fonda sulla creazione di valore economico	Si fonda sulla creazione di valore economico	Si fonda sulla creazione di valore economico
E' monoprodotto	E' pluriprodotto	E' monoprodotto
Prodotto territoriale	Prodotto globale	Prodotto territoriale
La produzione è rivolta all'esportazione	La produzione ha una natura localizzata	La produzione è rivolta alla valorizzazione
Centralità del territorio	Centralità del territorio	Centralità del territorio
E' presente una popolazione di imprese: • organizzazione verticale (filiera specifica) • dimensioni medio - piccole • concorrenza e cooperazione	E' presente una popolazione di imprese: • organizzazione orizzontale (settori specifici) • dimensioni medio - piccole • concorrenza ma parziale cooperazione	E' presente una popolazione di imprese: • organizzazione orizzontale (settori specifici) • dimensioni medio - piccole • forte approccio cooperativo
Comunità di soggetti	Comunità di soggetti	Comunità di soggetti ed investitori
Ruolo importante delle istituzioni	Ruolo importante delle istituzioni	Ruolo importante delle istituzioni
Scarsa rilevanza della policy	Risultato di una specifica azione di policy	Risultato di una specifica azione di policy

Tabella 3 – Matrice di confronto tra il Distretto Industriale, il Distretto Commerciale e il Distretto Alimentare

3.2 Il Distretto Alimentare Biellese

Con l'introduzione della Legge Regionale del 22 gennaio 2019, grazie all'articolo 43, che regola il "riordino delle norme in materia di agricoltura e sviluppo rurale", e all'articolo 39 comma 3, "la Regione si propone di valorizzare le produzioni agricole ed agroalimentari ed il paesaggio rurale del Piemonte attraverso l'individuazione dei Distretti del cibo al fine di coniugare le attività economiche con la cultura, la storia, la tradizione e l'offerta turistica locale". Il Distretto Alimentare Biellese risponde alle finalità dettate dal Regolamento regionale, si pone l'obiettivo di:

- costituire una fitta rete, sia fisica che virtuale, di collaborazione tra gli attori locali, che interconnessi riescano nella creazione di una promozione dell'identità culturale;
- combattere la forte competitività interna del territorio a favore di un approccio cooperativo;
- potenziare la posizione competitiva rispetto gli altri territori;
- sviluppare l'accoglienza e l'attrattività locale, mediante azioni strategiche di marketing territoriale;
- aumentare le capacità di investimento su prodotti con domanda differenziata nel tempo e nello spazio, all'interno di un mercato che segue la tendenza e può rivelarsi instabile, scandito dalle novità.

Per essere a servizio del territorio bisogna aprirsi ad altre realtà. Il biellese possiede le competenze per sfruttare le eccellenze del suo territorio come vantaggio competitivo, inoltre ha tutte le caratteristiche per essere definito un territorio perfetto per l'accoglienza turistica di qualche giorno; la sua posizione strategica permette di abbinare le visite nei paraggi dei territori circostanti, come la Stresa, la zona laghi e le Langhe. Il biellese, attraverso la proposta del Distretto Alimentare Biellese, riuscirebbe a rafforzare alcune delle caratteristiche che ha, ma che non è mai stato capace di far sapere, come le capacità culinarie o le eccellenze del vino.

Il Distretto Alimentare Biellese si troverebbe in una ottima posizione strategica (*vedi Allegato 8*), tra il binomio delle due città metropolitane, più influenti del Nord Italia, per il loro sviluppatissimo settore socioeconomico, MI – TO (Milano e Torino); inoltre, insisterebbe sul territorio di quei Comuni [1], 29 in totale, che hanno partecipato attivamente all'iniziativa di Cittadellarte – Biella Città Arcipelago (*vedi Allegato 9*). Quest'ultimo è un laboratorio di pianificazione territoriale, orientato alla prosperità e alla creatività sostenibili; esso invita tutte le

[1] Comuni Distretto Alimentare Biellese: Andorno Micca, Biella, Brusnengo, Camburzano, Campiglia Cervo, Candelo, Cavaglià, Cerrione, Cossato, Curino, Lessona, Magnano, Masserano, Mosso, Mottalciata, Muzzano, Netro, Occhieppo Inferiore, Pettinengo, Pollone, Ponderano, Portula, Sagliano Micca, Sala Biellese, Sordevolo, Sostegno, Trivero, Vigliano Biellese, Viverone.

organizzazioni del territorio a partecipare attivamente alla stesura di un programma di azioni concrete finalizzato alla rinascita del biellese (Biella Città Arcipelago, 2022). La proposta di Distretto Alimentare Biellese nasce soprattutto in funzione delle iniziative prese in carico da Cittadellarte, che negli ultimi decenni ha finalizzato i suoi progetti nella costruzione di reti.

Il laboratorio di Biella Città Arcipelago raggruppa gli esiti dei progetti di Let Eat Bi e di Slow Food Travel Montagne Biellesi, nella quale ristoranti, aziende agricole, aziende vitivinicole, agriturismi e cascine hanno aderito per partecipare all'avvio di Gruppi di Azione e attivazione di momenti di incontro e progettazione condivisa, attraverso la strutturazione di cinque tavoli riguardanti gli ambiti: Acqua – accesso e gestione, Energia – fonti rinnovabili, elettrificazione e comunità energetiche, Formazione – comunità e territorio educanti, Alimentazione – produzione sana e locale e Accoglienza – turismo lento e gestione del paesaggio. È proprio il tavolo dell'Alimentazione che ha visto una maggiore partecipazione alla strutturazione di eventi per la promozione dell'immagine del territorio e per la valorizzazione dei prodotti locali biellesi.

Attualmente non c'è nessuno strumento territoriale che si occupa del controllo dello sviluppo della filiera relativa alla produzione alimentare, il Distretto riuscirebbe in questo intento ad organizzare e gestire al meglio eventi di rilancio, coordinando gli attori locali finora

citati, facendo partecipare più aziende agricole. La sua realizzazione porterebbe un aumento dell'interesse pubblico, raggiungendo alcune aziende che magari prima non venivano attratte dalle piccole iniziative locali, che potevano essere ritenute sporadiche. Il Distretto può ritenersi una vera e propria politica di governance alimentare e punto di riferimento per le PMI, che vedono nell'organizzazione degli eventi uno spazio nel quale partecipare e non essere assenti. Quello che spingerebbe addirittura il singolo contadino della Provincia di Biella, con la sua produzione di prodotti locali ricercati, alla partecipazione dovrebbe essere la costituzione di eventi di promozione, che pubblicizzino l'immagine del territorio sia internamente che in altri territori; una creazione di spazi riconosciuti dalla popolazione e normati a livello regionale come risorse per possibili investimenti.

La proposta di Distretto Alimentare può risultare funzionale, dato che nello svolgimento delle sue funzioni non deve reinventare da nuovo un territorio, ma può avvalorare la sua tesi e attingere dai dati sulla produzione, dai prodotti locali tradizionali, dagli eventi, dalle risorse e dalle reti di attori che si sono costituiti nel biellese nell'ultimo decennio; illustrati nei paragrafi seguenti.

3.3 Dati sulla produzione

Al fine di comprendere le azioni del Distretto Alimentare Biellese su cui baserà la sua politica, è utile effettuare un'analisi sui dati della Provincia di Biella. Il primo passaggio è stato quello di verificare l'attuale scenario della presenza delle imprese appartenenti ai diversi settori, primario, secondario e terziario, sul territorio; i dati sono stati forniti dalla Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte (ente pubblico che accorpa in sé gli enti camerali delle Provincie di Biella, Vercelli, Novara e Verbano Cusio Ossola), reperibili grazie all'archivio di MovImprese. L'ente ha svolto dal 1995 ad oggi delle indagini economiche e statistiche trimestrali ed annuali, tracciando il profilo demografico delle imprese, tenendo traccia del loro stato di attività (registrazione, attiva, inattiva, sospesa, fallita, cessata), dei possibili motivi di cessazione (trasferimento in altra Provincia, scioglimento, cessazione d'ufficio, ritiro) e della suddivisione per rami e classi di attività economica (settore agricolo, settore industriale – manifatturiero, settore dei servizi, settore sanitario, settore turistico, settore artistico). Nella presa visione dei dati però si osserva un salto temporale di dieci anni, dal 1996 al 2006, dove non si sono riuscite a trovare informazioni; nonostante questo, si è riusciti lo stesso ad avere un quadro della situazione dell'andamento della demografia delle imprese.

La tabella seguente mostra una sintesi (per la completezza dei dati si allega il tabulato delle informazioni ricavate dalla Camera di Commercio) nella quale si può desumere, come ripetuto diverse volte nei capitoli e paragrafi precedenti, che il biellese è stato un territorio esclusivamente a stampo industriale, a conferma l'elevato numero di imprese nella classe economica industriale. Per quanto vi sia un'assenza di dati decennale, non è fraintendibile il destino catastrofico che il biellese ha subito nell'accedere al nuovo millennio nel settore economico.

	Imprese attive																	
	1995	1996	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Agricoltura	180	402	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0
Industria	6174	6460	0	182	50	19	19	22	24	0	2	6	10	23	17	0	0	0
Terziario	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Totale	6894	6862	0	182	50	19	21	23	26	0	2	6	12	23	17	0	0	2

Tabella 4 – Numero di imprese attive (Archivio di MovImprese, 2022)

Il crollo dell'impresa nel biellese ha azzerato quasi tutti i numeri nel corso degli anni, si possono contare solo più poche decine di imprese nel settore industriale tessile, del tabacco e della metallurgia, fino al 2018, mentre oggi non si registra più nessuna impresa attiva, sia nel settore industriale che agricolo; le uniche imprese rimaste si occupano del settore dei servizi.

Questa debole tendenza all'insediarsi di imprese nella classe economica del settore terziario può essere una buona occasione per il Distretto Alimentare Biellese di puntare sull'incentivare la nascita di

nuove imprese agricole, poiché sul territorio vi è già una presenza di imprese del settore terziario, che possano complementare ogni qualsiasi iniziativa distrettuale ed occuparsi nella ricezione dei nuovi numeri del turismo che si andrebbe ad attrarre.

Di seguito, per completare i dati si mostra la sintesi delle classi di attività economica del numero delle cessazioni nel biellese.

	Numero cessazioni																	
	1995	1996	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Agricoltura	26	14	0	0	0	0	0	0	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0
Industria	672	450	0	2	0	0	0	0	2	0	2	4	0	0	0	0	0	0
Terziario	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	698	464	0	2	0	0	0	0	2	0	4	6	0	0	0	0	0	0

Tabella 5 - Numero di cessazioni delle imprese (Archivio di MovImprese, 2022)

I numeri elevati che compaiono nella *Tabella 3* riconfermano il primo accenno di declino di una curva inarrestabile del settore industriale. Dei dati della Camera di Commercio si vuole puntare l'attenzione sulla classe di attività economica dell'agricoltura, dove si evidenzia una debole presenza dell'imprese alla fine del 900 ed una totale assenza agli inizi del 2000; a dimostrazione del fatto che l'imprenditoria e gli investimenti territoriali si sono sempre basati sul settore secondario industriale, tralasciando una vasta parte del patrimonio culturale biellese, riconosciuto, come detto precedentemente, nelle eccellenze culinarie della tradizione.

Alla fine degli anni 90 del secolo scorso, le imprese impegnate nella produzione alimentare subiscono una perdita iniziale, che si tramuterà in una totale scomparsa dal 2006 in avanti; alcune eccezioni nel corso del 2012 e di nuovo nel 2014 e 2015 che vedono la comparsa di due imprese nella classe dell'agricoltura e della silvicoltura ed utilizzo di aree forestali; una fragile e timida ripresa destinata poi a riscomparire nel giro di qualche anno.

Al fine di analizzare la struttura dell'ambito della produzione agricola, si è fatto anche riferimento ai dati dell'ISTAT del Censimento dell'Agricoltura all'anno 2010, che rileva in ciascun Comune, della proposta del Distretto Alimentare Biellese, la serie storica della presenza di aziende agricole negli anni 1982, 1990, 2000 e 2010; di seguito vengono riportati i valori annuali censiti per ogni Comune ed un grafico di sintesi del totale delle aziende agricole presenti nel territorio biellese.

	1982	1990	2000	2010	Var % (2000 – 2010)
Andorno Micca	53	30	9	11	+22,2%
Biella	7822	3707	2205	1885	-14,5%
Brusnengo	178	145	38	36	-5,3%
Camburzano	86	31	11	11	0
Campiglia Cervo	20	2	1	1	0
Candelo	400	83	41	50	+21,9%
Cavaglià	275	191	154	135	-12,3%
Cerrione	166	156	81	81	0
Cossato	543	122	97	69	-28,9%
Curino	172	41	12	15	+25%
Lessona	280	52	46	32	-30,4%
Magnano	80	40	14	13	-7,1%
Masserano	348	96	58	48	-17,2%
Mosso	91	32	7	15	+114,2%
Mottalciata	186	108	67	44	-34,3%
Muzzano	45	33	22	23	+4,5%
Netro	118	87	68	45	-33,8%
Occhieppo Inferiore	43	18	10	16	+60%
Pettinengo	75	33	18	19	+5,5%
Pollone	86	75	59	51	-13,5%
Ponderano	52	44	21	29	+38%
Portula	27	6	3	5	+66,6%
Sagliano Micca	65	25	9	17	+88,9%
Sala Biellese	58	13	9	6	-33,3%
Sordevolo	43	41	33	28	-15,1%
Sostegno	137	63	34	29	-14,7%
Trivero	172	33	18	11	-38,9%
Vigliano Biellese	168	100	25	40	+60%
Viverone	248	179	107	83	-22,4%
Totale aziende agricole	12037	5586	3277	2848	-76,3%

Tabella 6 – Variazione demografica delle aziende agricole biellesi (Censimento dell'Agricoltura, 2010)

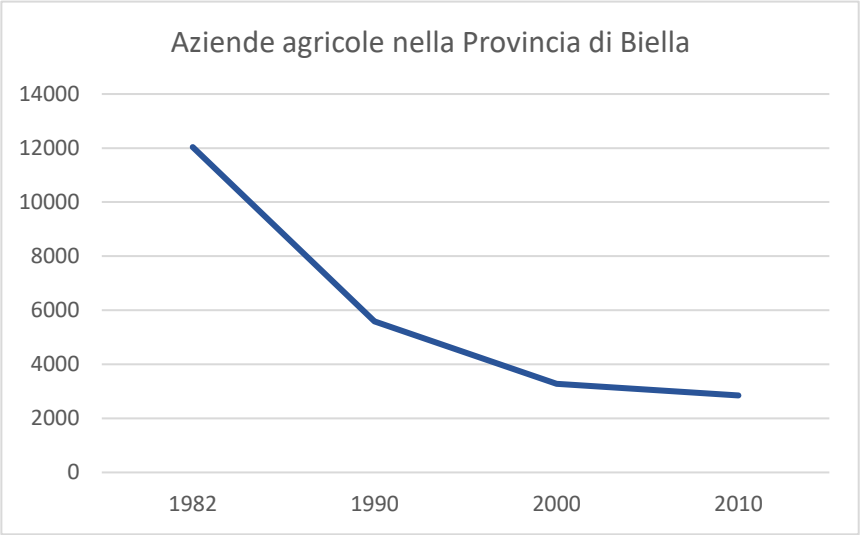


Grafico 3 - Totale delle aziende agricole biellesi (Censimento dell'Agricoltura, 2010)

Anche in questo caso, l'esito dell'analisi dell'andamento demografico delle aziende agricole ha un riscontro negativo; dal 1982 al 2010 vi è un decremento del numero delle aziende del 76,34%, un ennesimo declino del settore socioeconomico biellese. Da questi dati si può intuire come il settore agricolo sia stato colpito indirettamente dagli altri settori, facendo crollare qualsiasi speranza di ripresa. Si osservano però delle eccezioni, ovvero un debole aumento delle aziende agricole dal 2000 al 2010, nei Comuni di Andorno Micca, Candelo, Curino, Mosso, Muzzano, Occhieppo Inferiore, Pettinengo, Ponderano, Portula, Sagliano Micca e Vigliano Biellese, dovuto molto probabilmente alla loro posizione strategica, adiacenti al Comune di Biella, nella quale si trova Fondazione Pistoletto che ospita Cittadellarte, promotrice di diversi progetti di sviluppo nell'ambito ambientale e alimentare. L'insorgere di un lieve aumento delle aziende agricole in questi Comuni fa pensare all'impatto positivo e alla speranza riposta nel progresso delle progettualità in atto nel territorio biellese.

Infine, il Censimento dell'Agricoltura al 2010 analizza nello specifico le utilizzazioni dei terreni in base alle produzioni a livello comunale; vengono forniti sia i dati sul numero delle aziende che si occupano dei vari sementi sia il numero di ettari dei terrenti destinati alla coltivazione. Per una facile lettura dei dati si sono disposte delle tabelle di sintesi per ciascun Comune che costituirebbe il Distretto Alimentare

Biellese, al fine di comprendere quali risorse territoriali agricole comprendere nelle politiche di rilancio dell'immagine territoriale.

3.3.1 Le tradizionali coltivazioni biellesi

Di pari passo allo sviluppo della manifattura tessile si è diffusa la parcellizzazione nei pascoli e nei campi per aumentare la produzione della lana locale (Ramella, 1984). Il Distretto Alimentare Biellese ha alle spalle una specializzazione manifatturiera ed artigianale, ovvero una capacità acquisita di saper fare prodotti, dove i beni non sono massificati ma si tratta di beni di alta qualità. Il Distretto stesso diventa il marchio del prodotto, dando origine ad un fenomeno di comunità locale, basata su un'etica di lavoro di interessi e linguaggi, che caratterizzerebbe il territorio.

L'identità territoriale biellese è sempre stata in conflitto tra due identità. Per ridurre il conflitto basato su modelli di riclassificazione o di identità condivisa, è opportuno indurre le persone a riesaminare le caratteristiche ed i confini della propria appartenenza, creando così una nuova categoria superiore. L'induzione può essere fatta su categorie già esistenti, ma inaccessibili, oppure può essere impostato uno scopo comune e condiviso come obiettivo del gruppo. Secondo il modello dell'identità duale, si dovrebbe garantire il riconoscimento e l'espressione di entrambe, il conflitto cesserebbe quando queste raggiungono un equilibrio che comprenda le peculiarità dell'una e dell'altra.

La seconda identità biellese poco conosciuta, sul territorio e nella propria stessa Regione, è quella della vocazione in campo alimentare.

Oltre alle aree boscate, che ricoprono circa il 92,09% del territorio biellese, sono presenti ampie zone dedicate ai seminativi, 6,94% degli ettari totali. La netta differenza di valori indica sia che siamo in presenza di un territorio prevalentemente collinare – montano, come è stato detto precedentemente il bosco ha occupato i campi ed i prati lasciati in disuso. L'inventario di copertura del suolo, Corine Land Cover (CLC), aggiornato all'anno corrente, ottenuto secondo fotointerpretazione di immagini satellitari, verifica la dinamica di trasformazione dell'uso del suolo mediante una classificazione a più livelli; il territorio in analisi è costituito nella maggior parte dalla classe "*2.1.1. Seminativi in aree non irrigue*" (per non irriguo si intende che al momento della ripresa satellitare, in quanto anche nelle aree attrezzate per l'irrigazione vengono praticate colture in asciutto stante la mancanza di acqua (Nino, Lupia, De Santis e Vanino, 2006)), ovvero tutti quei seminativi semplici, compresi produzione di piante medicinali, aromatiche e culinarie e le colture foraggiere (prati artificiali), senza considerare i prati stabili, che appartengono ad un'altra classe.

Per indagare la natura di questi seminativi si è svolto sul territorio un'analisi delle realtà territoriali che si occupassero della produzione alimentare, grazie al quale, mediante una serie di interviste a diversi soggetti locali, si è scoperto come in realtà il biellese fino alla metà degli anni '30 era rinomato per il suo elevato numero di esportazioni di mele,

soprattutto verso la Germania. Ne esiste un patrimonio considerevole di centinaia di varietà che possono essere suddivise in due categorie: a larga diffusione o di media diffusione. Tra quelle a larga diffusione vi è la varietà delle *Pum d'Ia Biula*, una delle più caratteristiche, data la sua forma e colore, è diffusa nel biellese centro – occidentale, la sua buccia è liscia e sottile con striature di colore rosso acceso con lenticelle di colore biancastro; la sua peculiarità è il gusto acidulo di consistenza croccante e dalla polpa colore bianco – verdastra. La varietà di mela più caratteristica del biellese è la *Piatlin*, ha una forma particolare molto appiattita ed un colore rugginoso tra il verdastro e il bronzo, ciò che la rende inconfondibile è il fatto di essere rugosa e grinzosa. Tra le altre varietà a larga diffusione vi sono la *Dosc Piàt* e la *Rigadin Piantassùn*; mentre per le mele di media diffusione spicca la *Pum d'aràm*, una delle più conosciute in Piemonte, anche sotto il nome di mela rugginosa, dato il suo colore ramato, la buccia rugosa e le lenticelle numerose. L'elenco potrebbe essere ancora più lungo, se fosse questo l'obiettivo dell'analisi, ciò che spinge invece a questo interesse è capire come mai nel decorrere del tempo le coltivazioni di tutte queste varietà si sia ridotta drasticamente. Il territorio biellese ha la potenzialità di possedere dei terreni molto drenanti e con un buon orientamento, il melo d'altra parte è una pianta che si adatta senza difficoltà al clima, plasmandosi e producendo varietà diverse come in

questo caso, che ne risultano un vero e proprio patrimonio di biodiversità ed una vera e propria risorsa locale.

Riprendendo sempre la natura primaria della vocazione locale del territorio biellese, ogni azienda agricola, cascina o abitazione possiede anche solo un piccolo pezzo di terreno per l'autoproduzione di ortaggi, verdure e frutta. Nel biellese la vita rurale fa da protagonista a qualsiasi situazione, è una tradizione che viene tramandata da generazione, il culto di coltivare, di sporcarsi le mani con il lavoro della terra, il saper riconoscere i sapori e gli odori delle piante; connotazione che si può dare, ad alcune aree montane a nord – est del biellese, è l'ampio interesse per le erbe aromatiche e medicinali. Nel Comune di Cavaglià è presente un essenziario, ovvero una vastissima area con un elevato numero di varietà di piante aromatiche particolari, ortaggi antichi e inusuali, realizzato per la salvaguardia le varie essenze presso la Cascina Torrine, accreditata nel 2011 come Fattoria didattica dalla Regione Piemonte. Queste piante aromatiche vengono utilizzate spesso in piatti tipici, caratterizzando la cucina montana di alcuni Comuni del biellese; oltre a costituire degli ingredienti in cucina sono la materia prima per la produzione del Ratafià, un liquore famosissimo tipico biellese in Valle Cervo.

Per quanto riguarda la coltivazione di altri seminativi vi sono campi di segale, granoturco e numerosi frutteti, tra cui le mele, accennate precedentemente, pere e si sta sperimentando, negli ultimi anni, la

coltivazione di kiwi. Un tempo vi era anche una diffusa coltura della vite, che ad oggi è quasi scomparsa, ve ne è un recupero nel biellese orientale, nei Comuni di Lessona, Vigliano, Brusnengo e Cavaglià, dove erano presenti antiche vigne delle varietà di erbaluce, vespolina, cromatina e nebbiolo. Una particolarità di questi vitigni è la loro composizione a filari larghi, per permettere negli interstizi la coltivazione di biade o di legumi.
Il biellese vanta di questa tipologia di policoltura, alternando i campi e le diverse colture con degli elementi di "pausa", che possono essere filari di vigneti, filari di alberi o in altri casi da muretti in pietra a secco. La scelta di questo metodo potrebbe sembrare casuale per conferire una sensazione di ordine dei campi e una chiara divisione tra le proprietà terriere, ma dietro vi sono ragioni ben più accurate. Si tratta, infatti, di scelte funzionali, sia biologiche sia climatiche che produttive. Di recente si sente parlare molto della coltura biologica che sfrutta la fertilità del suolo senza che vi siano interventi artificiali mediante l'uso di prodotti di sintesi e fertilizzanti, ma come si fa ad ottenere questo tipo di coltivazione affianco ad un campo agricolo che non rispetta gli stessi principi? Da qui parte l'importanza della funzione biologica di queste "pause" o "fasce cuscinetto", fungono da riparo per le colture, ovvero l'utilizzo di arbusti lungo i confini dei campi assorbe e scherma la propagazione aerea di prodotti chimici che vengono utilizzati nei terreni adiacenti. Inoltre, questa funzione conferisce riparo anche per alcune specie animali, i quali invece

di distruggere i campi trovano di cui cibarsi nella vegetazione spontanea che cresce tra i filari d'alberi. Inconsciamente viene a crearsi un ecosistema ambientale realizzato dall'azione antropica dell'uomo, che può anche rivelarsi un corridoio ecologico semi – naturale di collegamento. La funzione climatica che invece possono assumere è quella di comportarsi come barriere frangivento, le quali non permettendo il circolo d'aria aumentano la temperatura del suolo migliorando il rendimento, e, allo stesso tempo, creano zone d'ombra e riparo per far si che si realizzi la funzione biologica sopra citata. In ultimo, la funzione produttiva è quella di poter trarre beneficio dagli stessi arbusti, siepi o vigne che separano i campi agricoli; il legno o i frutti che se ne ricavano generano materiali da costruzione o per il riscaldamento o per la produzione di vino.

Infine, nel biellese esistono dei paesaggi particolari ed unici in Europa che si trovano solo nella Provincia di Biella e in parte nel vercellese: la bessa e la baraggia. La prima è un tipico altipiano biellese nella parte sud – occidentale del territorio, che si estende per quasi dieci chilometri; la sua particolarità è data da quello che ne resta oggi, ovvero un cumulo di pietre ammucchiati che venivano scartate per attività di estrazione dell'oro, avvenuta nel I secolo a.C., per questo motivo e per il suo aspetto, che ricorda un paesaggio lunare o desertico, nel 1995 viene istituita Riserva Naturale della Bessa. La seconda, la Baraggia, è il risultato di diverse trasformazioni territoriali le hanno donato un aspetto

simile a quello della brughiera, ovvero di un terreno pianeggiante e sabbioso. L'origine di questo posto è quello di un rivestimento vegetale dovuto alla continua deforestazione che ha lasciato incolti e in abbandono i terreni sulla quale avveniva. Questa situazione che incontriamo oggi, però, è resa possibile dalla mano dell'uomo, in quanto se non venisse mantenuto e tenuto sotto un determinato controllo del territorio, il bosco tornerebbe ad invaderla. Un caso particolare invece è la baraggia di Candelo, la Riserva Naturale delle Baragge, che al contrario, sono territori che si sono formati così come li vediamo oggi grazie all'azione erosiva dei torrenti e di depositi deltizi.

3.4 Progettualità ed eventi

Altro dato che pone le basi per la costituzione di un Distretto Alimentare in questi Comuni è quello sulle progettualità ed eventi sulle tematiche della sostenibilità alimentare, della produzione alimentare, del consumo, delle tradizioni culinarie e di promozione del territorio. La raccolta di queste attività è stata effettuata grazie al Piano Operativo dell'Agenda Digitale Biella, all'archivio di Cittadellarte e Slow Food Travel Montagne Biellesi e ai database di ogni Comune della Provincia.

È da evidenziare come sia emerso che la maggior parte delle progettualità effettuate nel biellese siano state promosse ed investite da soggetti privati, quali Cittadellarte e Let Eat Bi, quest'ultimo infatti ricopre un ruolo di coordinatore territoriale dato che rappresenta un hub per una comunità rurale fragile. L'obiettivo del progetto Let Eat Bi è il cibo ed il suo rapporto con le pratiche reali, che riguardano gli oggetti del territorio e lo scambio di conoscenze, veicolate a diversi livelli, e facilitare un approccio "dal basso" di una leadership comunitaria culturale verso le autorità territoriali, per orientare i processi di valorizzazione, condivisione dei valori e promozione territoriale. Per quanto riguarda gli eventi, si sono riportati le date principali, al quale poi si sono succedute con cadenza annuale diverse edizioni; infine sono stati allegati anche gli eventi futuri riguardanti l'anno corrente.

RASSEGNA DELLE PROGETTUALITA' BIELLESI				
ANNO	***PROGETTI***	***PROMOTORE***	***OBIETTIVI***	***TARGET***
1997	Ospitalità Italiana	Camere di Commercio	Stimolare l'offerta di qualità in Italia, uniforme e riconoscibile a livello nazionale e internazionale, quale strumento di valorizzazione e di sviluppo delle imprese turistiche e ristorative. Rappresenta una certezza per il consumatore	imprese
2012	Catasto Solidale	Cittadellarte	Promozione dello sviluppo di orti, frutteti condivisi, civici e solidali, mediante la strutturazione di un database contenente i terreni catastali che possono essere ceduti e la rete dei possibili affittuari	tutti
2012	Produttori Biellesi di Paletta	Produttori locali	Promuovere e valorizzare la Paletta anche e soprattutto fuori dai confini della provincia biellese garantendo e mantenendo inalterata la qualità del prodotto.	ristorazione
2013	Orto in cassetta del Terzo Paradiso	Cittadellarte	Promozione dei prodotti delle realtà agricole del biellese, attraverso l'istituzione di laboratori per la conoscenza degli ortaggi e della frutta, con possibilità di portare a casa la cassetta di prodotti locali	tutti
2013	Comitato per l'imprenditoria femminile	Camera di commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte	Promuovere e sostenere la nascita e il consolidamento delle imprese femminili e contribuire all'occupazione, alla crescita e all'aumento di competitività dei sistemi produttivi locali e del Paese.	cittadini donne
2014	Azienda Turistica Locale	#innamoratidelbiellese / #biellacittàcreativa	Promozione digitale del brand Biellese e della sua immagine creativa. Costruzione del patrimonio digitale culturale collettivo dal basso. Messa in opera degli strumenti abilitanti. Presuppone che i biellesi siano i primi ambasciatori del loro territorio e contribuiscano con i loro scatti fotografici a costruirne l'immagine, al momento su Instagram si contano più di 42.000 fotografie	acquirenti potenziali

2014	Agenda Digitale Biella	#makebiella coprogettazione territoriale	Alimentare e sostenere una vasta comunità composta da persone appartenenti alle varie reti: cittadini, istituzioni, partner privati nella volontà di divenire "agenti del cambiamento" . La comunità esprime, attraverso la coprogettazione, azioni volte alla cultura del cambiamento e della trasformazione territoriale.	tutti
2015	Terre AbbanDonate	Let Eat Bi	Riconoscere la Terra come bene comune, facendo rinascere i territori in disuso oppure dimenticati e restituendo loro la vocazione agricola.	tutti
2015	Accademia Verde	Let Eat Bi	Scambio dei saperi biellesi che raccontano le tradizioni del territorio	cittadini e imprese
2016	Spesa Responsabile	Let Eat Bi	Educazione alimentare a favore del km zero e della promozione dei prodotti locali biellesi	tutti
2016	Let Eat Grow	Let Eat Bi	Campagna di sensibilizzazione alla produzione alimentare dei prodotti locali biellesi, insegnamento solidale attraverso laboratori per la preparazione delle confezioni alimentari e i metodi di conservazione alimentare	tutti
2016	Agenda Digitale Biella	#biellaservizi identità digitale e promozione dei servizi online	Promuovere il Sistema Pubblico di Identità Digitale ed i servizi online rivolti a cittadini ed imprese. Sperimentare congiuntamente e mettere in opera nuovi servizi ICT	cittadini imprese
2017	Orti del Piazzo	Let Eat Bi	Promozione dello sviluppo di orti, frutteti condivisi, civici e solidali, a Biella Piazzo	cittadini imprese
2018	Orti del Biellese	Let Eat Bi	Aggiornamento normativo di "Orti del Piazzo"	cittadini imprese

2018	Comune di Biella	Piano residenzialità - #innamoratidelbiellese	Si propone di promuovere l'appetibilità di Biella e dei suoi dintorni come territorio di residenza, rivolgendosi a chi vive e lavora nelle grandi città, segnatamente Milano e Torino. Interventi sul marketing e sui servizi.	cittadini
2018	AMALAKE	Camera di commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte - Interreg	Valorizzare e promuovere il territorio in linea con i nuovi bisogni del pubblico: OUTDOOR - vacanza attiva: costruzione di reti di imprese/operatori professionali, culturali etc. e messa in rete di percorsi e itinerari sportivi outdoor TURISMO GREEN: certificazione green di eventi culturali/sportivi dell'area che siano grandi attrattori internazionali e sviluppo di una rete di servizi/prodotti green a supporto di eventi e soprattutto per composizione offerte/prodotti turistici green	cittadini imprese
2018	TRANSFORM	Camera di commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte - Interreg	Evidenziare il ruolo chiave del sistema educativo nello stimolare comportamenti imprenditoriali	imprese
2019	BICIPELODACQUA	Camera di commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte - Interreg	Promozione di percorsi ciclabili transfrontalieri, dal vallese al novarese, per la promozione e la scoperta della cultura, natura, storia ed enogastronomia del territorio	cittadini imprese
2019	Comune di Biella	Attrattività territoriale e candidatura Unesco	Candidatura UNESCO	Provincia di Biella
2019	Comune di Biella	BiExcellence - eccellenze biellesi online	Creazione di esperienze che celebrano il connubio tra le eccellenze enogastronomiche biellesi e il design	cittadini imprese

2019	Provincia di Biella	Hub turistico Biellese	Incentivare lo sviluppo economico-sociale del Biellese come destinazione turistica. Attraverso sondaggi, sentiment analysis, dati statistici e spend index, fornirà infatti gli strumenti necessari per la programmazione delle strategie di promozione e di iniziative di marketing capaci di accrescere l'attrattività del prodotto territoriale e la conseguente ricaduta turistica	cittadini imprese

CALENDARIO PRINCIPALI EDIZIONI DEGLI EVENTI DEL BIELLESE				
DATA		***COMUNE***	***NOME***	***DESCRIZIONE***
Da	***a***			
28/09/2012	30/09/2012	Candelo	Vinincontro al Ricetto	Occasione per “degustare” uno dei borghi più affascinanti del Piemonte, propone ogni anno degustazioni di alcune delle migliori etichette biellesi e piemontesi e i prodotti tipici dell'enogastronomia locale e regionale.
12/05/2015	-	Biella	Il Mercatino	Fa parte del progetto Let Eat Bi per divulgare e promuovere cibo locale, stagionale e naturale. Si svolge ogni mercoledì dalle 10 alle 13, presso lo spiazzale della Fondazione Pistoletto
18/03/2016	-	Lessona	I Rossi del Rosa	Un itinerario turistico ed enogastronomico, di iniziativa Slow Food, con auto propria tra cantine e colline del Nord Piemonte all’ombra della catena del Rosa, degustando vini e assaggi di specialità alimentari tipiche del territorio
18/03/2016	24/06/2016	Biella	Cineforum. Un altro mondo è possibile	Rassegna cinematografica di approfondimento che evidenziano la forza delle iniziative dal basso nell'affrontare i cambiamenti sistemici in atto, affrontando tematiche come la resilienza alimentare, la permacultura e la transizione
08/04/2016	15/04/2016	Biella	La Canapa sativa: alimentazione sana da un'antica coltivazione del nostro territorio	Percorso di conferenze alla scoperta della canapa sativa, originaria del biellese e del canavese, dei suoi aspetti storici culturali, gli utilizzi e le proprietà alimentari e le ricette culinarie
10/05/2016	-	Biella	Agricolture a confronto	Percorso tenuto da esperti di agricoltura e proprietari delle aziende partecipanti a raccontare della loro esperienza, con l'obiettivo di confrontare i diversi metodi di agricoltura presenti nel biellese (biologica, biodinamica ed integrata)
03/11/2016	-	Cavaglià	Comunicare con gusto	PS81 Agency organizza il 1° Gran Galà “Comunicare con gusto”, il giusto omaggio dell’agenzia ai prodotti e ai territori delle sue aziende clienti. Saranno 33 i partner che parteciperanno al Gran Galà, provenienti dal Biellese, dal Vercellese, dalla Valle d’Aosta, dal Torinese, dal Novarese, dalla Puglia e dalla Campania.

13/12/2016	-	Biella	La Spesa Responsabile: informazioni pratiche su come farla	Cercare di capire e conoscere vie alternative, pratiche utili per fare la spesa in modo responsabile, per evitare di avere come unica alternativa il supermercato, non valorizzando i prodotti locali
09/02/2017	25/03/2017	Biella	Tutto sugli alberi da frutto: teorie e pratiche	Un percorso di convegni alla guida di Marco Maffeo, agronomo biellese, alla scoperta delle piante da frutto, alle tecniche di potatura, alle conoscenze sulla biodiversità; linee guida per l'istruzione al mantenimento sano delle piante
17/11/2017	19/11/2017	Biella	Assaggioanordovest	Manifestazione dedicata ai vini e ai prodotti tipici di Biella, promossa dall'Associazione Vignaioli Colline Biellesi
25/01/2018	25/10/2018	Biella	L'Accademia Verde 2018. Per - corso annuale di scambio dei saperi biellesi	Ciclo di incontri guidati da esperti nel settore agroalimentare biellese che cercheranno di infondere le tradizioni, i saperi, le tecniche e le usanze del territorio
19/07/2019	-	Sagliano Micca	Antiche ricette della Valle Cervo	Club Papillon di Biella organizza la visita all'Azienda Agricola Mazzuchetti di Sagliano Micca e una cena dedicata alle ricette tradizionali della Valle
14/09/2019	15/09/2019	Brusnengo	Assaggi Di Pro Loco	Degustazione dei prodotti tipici biellesi provenienti da diverse Pro Loco, come quelle di Brusnengo, Cossato, Quaregna, Roasio, Masserano, Trivero
30/10/2019	-	Biella	Castagnata di Halloween	Edizione speciale de "Il Mercatino" di Let Eat Bi dedicato al prodotto della castagna biellese, dove è possibile svolgere degustazioni e acquisto del prodotto
31/10/2019	03/11/2019	Cavaglià	Carosello Del Risotto Italiano A Cavaglià	Preparazione delle specialità risicole del territorio
21/11/2019	-	Biella	L'accademia Verde. A tu x tu	Conferenza sui prodotti locali biellesi (miele, riso, alberi, carni e alimentazione)
23/02/2020	-	Muzzano	Fagiolata A Bagneri	Distribuzione della fagiolata "da asporto" da gustare nel salone riscaldato della casa parrocchiale

18/10/2020	-	Biella	Castagnata del Santuario di Oropa	Castagnata e mercatino degli hobbisti, con manufatti artigianali, come i tradizionali “scapin”, oggetti in legno e prodotti tipici.
17/03/2021	-	Biella	Saperi e sapori delle Alpi biellesi	Percorso rivolto a chi sia interessato a conoscere o approfondire la botanica del cibo, le erbe spontanee commestibili del territorio e, in ultimo, i sistemi di resilienza gastronomica usati dalle comunità alpine.
14/11/2021	20/11/2021	Sala Biellese	Festa Patronale Di San Martino	27esima Fiera Mercato di prodotti locali e dell'artigianato biellese
16/10/2021	09/01/2022	Biella	Viaggio. Orizzonti, Frontiere, Generazioni	Slow Food Travel Montagne Biellesi, Let Eat Bi, GASB e Rete Museale Biellese uniti per la valorizzazione dei patrimoni enogastronomici e culturali del territorio, l'evento si svolge attraverso un mercato delle aziende agricole locali e da degustazioni di piatti della tradizione
08/04/2022	-	Sandigliano	La cucina occitana incontra i vini biellesi	Primo evento conviviale del 2022 del Club Papillon di Biella
06/05/2022	08/05/2022	Biella	Bis - Il Weekend del Gusto a Biella	Propone le culture (e le colture) del territorio e le produzioni locali. Si articola in mercatino dei produttori di qualità “Gusto al Centro”, street food di qualità aderenti, incontri, trekking urbano con esplorazioni guidate attraverso i luoghi enogastrostorici della città, menu tematici dei ristoranti, visite guidate al MeBo Museum (Menabrea e Botalla) e le degustazioni di eccellenze vitivinicole biellesi con BiWine
07/05/2022	09/05/2022	Biella	BIS - Biella Saperi e Sapori	
25/08/2022	29/08/2022	Biella	Bolle di Malto	Rassegna che quest'anno ospiterà al suo interno momenti culturali, degustazioni, incontro con le aziende del territorio, birrifici artigianali selezionati

04/09/2022	06/09/2022	Biella	Ben cuncià: 'l dì dla polenta concia	Il primo festival diffuso della polenta concia che si svolgerà nel territorio biellese.
10/09/2022	-	Biella	BalconVini in Scena	Teatro, musica e degustazioni di vini del territorio
18/09/2022	-	Masserano	18^ edizione della Ronda del Bramaterra	Passeggiata tra le colline di Masserano in 6 tappe, con degustazione di piatti dal sapore biellese, accompagnati dai vini locali D.O.C.
23/10/2022	-	Pettinengo	Sagra della Castagna	Raccolta e degustazione dei piatti tipici biellesi a base di castagna
16/10/2022	-	Trivero	Gusto al Centro	Mercatino dei piccoli produttori: specialità bio, prodotti tipici del Biellese, frutta e verdura a chilometro zero al Centro Zegna di Valdilana

3.5 La tradizione come base per il Distretto Alimentare Biellese

Un insediamento territoriale nasce e si sviluppa perché è abitato da persone che giorno per giorno lo plasmano e lo rendono "proprio", lasciano una traccia di sé. Difficilmente un luogo che è stato vissuto viene abbandonato completamente, questo fenomeno è dovuto al fatto che in esso continuano a vivere le memorie.

La memoria esiste da sempre e rilascia tracce, fin dalla preistoria sono pervenute numerose testimonianze come pitture rupestri o utensili riconducibili alla frequentazione di alcuni luoghi. Il nostro Paese ha delle profonde radici storiche dal quale pervengono numerose tracce, che siano storico – architettoniche, paesaggistiche, culturali, legate ai costumi e alle usanze locali, o culinarie. La memoria si stratifica sugli oggetti ed è fondamentale documentarsi e conoscere la storia e saper riconoscere l'influenza che questa ha avuto su alcuni territori; di norma, la memoria intenzionale collettiva conferisce anche un valore ad un oggetto o ad un luogo, possibile grazie allo story telling, ovvero una forma di comunicazione dell'identità al fine di mantenere viva l'emotività e tramandare principi e valori. È però anche vero che la memoria può fare una selezione, a volte può essere sensibile, in modo che non si cada nella pan patrimonializzazione di ogni cosa che ci circonda, ed altre volte meno.

Il filosofo Remo Bodei scrive nel 1995 "*Libro della memoria e della speranza*", nella quale afferma che l'identità collettiva non è mai semplice e spontanea, non rappresenta un alto riferimento astratto, ma una ricostruzione interrotta. Legato a questo filone anche Francesco Remotti, antropologo culturale, scrive l'anno dopo "*Contro l'identità*" attraverso il quale fa un ammonimento, avvisando di fare attenzione a come si costruiscono le tradizioni, perché alcune possono essere inventate; l'importante è che si abbia coscienza delle trasformazioni e delle ricostruzioni.

Ogni epoca si comporta come un linguaggio, ha un proprio vocabolario ed una propria regola grammaticale, una propria sintassi ed una sua memoria. La memoria è una funzione psichica capace di riprodurre nella mente esperienze passate; l'azione che viene svolta maggiormente è quella del ricordare, un processo mnemonico. Come affermava Freud, ricordare però è anche un atto trasformativo, difatti quando avviene ci si sblocca, avviene una specie di "guarigione", si torna ad uno stato primordiale.

Con questo discorso però si cade nel paradosso che qualcosa che deve essere ricordato deve essere stato dimenticato. La dimenticanza avviene quando una memoria si trasforma, "*la memoria non è come l'acqua, che è minerale e non cambia. La memoria è come il vino, piena di fermenti.*" (Bodei, 2014). La memoria è un ricordo condiviso da più persone, può essere sia collettiva che individuale; è difficile stabilire quale di queste due

abbia origine prima, un evento raccontato e tramandato da una singola persona può generare una memoria collettiva, che può, in vari casi, trasformarsi in leggenda o in una tradizione. È anche vero come da un ricordo comune, il singolo porti in un altro territorio la sua memoria individuale che rievochi la sua comunità.

L'insieme delle memorie e testimonianze trasmesse, quindi della consuetudine di una certa comunità, è definito dal concetto di tradizione, che trova diverse applicazione mediante le usanze di un territorio. L'arte è un'espressione ricca di metodi per consentire una "re – immersione" nel passato della memoria, in grado di poter far ricordare eventi. Nel libro "*La traccia e la memoria. Tradizione e continuità*" viene trattato il "trauma", che possa essere volontario o involontario, dettato dal distacco sia mentale che fisico da una certa memoria. Di solito, l'allontanamento da un territorio, a causa di immigrazioni per esigenze sociali, genera un distacco emotivo traumatico da tutte quelle memorie legate al luogo natale, a volte si ha "paura" di ricordare, perché questo richiama emozioni.

Michelangelo Pistoletto l'arte come un'apertura alla condivisione, comprensione e compartecipazione di tutti (Pistoletto, 2017), questa definizione prende forma all'interno della Fondazione Pistoletto nel modello di istituzione artistica e culturale di Cittadellarte. L'arte scaturisce dai sentimenti e si pone al centro per realizzare un luogo d'incontro per tutti gli artisti, imprenditori e studenti, dedicato allo studio, alla

sperimentazione e allo sviluppo di pratiche che traducono in realtà il simbolo del Terzo Paradiso. In questo spazio trovano espressioni le tradizioni popolari biellesi attraverso la scultura, la pittura, l'architettura, la moda, la poesia e la fotografia. Di recente, con l'obiettivo di coniugare le qualità artistiche con l'impegno etico, per realizzare una trasformazione territoriale della società biellese, il progetto Let Eat Bi ha intrapreso azioni, riconducibili ad un modello di governance, nell'organizzazione di eventi culinari e manifestazioni o feste legate all'enogastronomia e promozione dei prodotti tipici locali. Questo perché il collante di una cultura popolare di un territorio è la produzione enogastronomica ed i suoi prodotti; solo grazie agli eventi in questo ambito è possibile generare una forte attrazione turistica, nella quale il visitatore può cogliere l'occasione di visitare e conoscere i beni culturali, storico – artistici e paesaggistici del biellese.

L'evento enogastronomico come progetto di marketing territoriale sta riscuotendo successo in quei territori che sono riusciti a fare delle loro risorse locali il loro punto di forza. Tra questi territori il biellese è ancora sottosviluppato e potrebbe trovare la sua forza nella proposta del Distretto Alimentare Biellese, per poter provare a vantare dello slancio economico che, ad esempio, hanno intrapreso i territori del cuneese, i quali sono stati abili nella promozione dei loro prodotti enogastronomici; i vigneti del Monferrato e le Langhe, grazie ai loro vini e al tartufo d'Alba, con le

pratiche tradizionali di cerca e cavatura, sono stati iscritti nella lista UNESCO del Patrimonio culturale dell'Umanità. Biella anche vanta dell'iscrizione all'interno delle città creative dell'UNESCO, per la bellezza del suo saper fare che ha nel tessile la sua punta di diamante e con l'attenzione alla sostenibilità; ma il riconoscimento e sviluppo di politiche del cibo, dei prodotti locali biellesi del Distretto Alimentare Biellese, potrebbero potenziare la posizione competitiva dell'area con gli altri territori regionali; di seguito vengono trattati le possibili risorse che il biellese può offrire per tale scopo.

3.5.1 I prodotti locali dimenticati

Il biellese è colpito da una disattenzione diffusa nella valorizzazione delle risorse locali culinarie; esiste un elenco abbastanza notevole di colture agrarie, prodotti e tecniche di lavorazione alimentari che si stanno dimenticando. Negli ultimi anni l'iniziativa di alcuni giovani imprenditori e di riscoperta del territorio hanno fatto sì che si iniziassero a recuperare alcuni di questi prodotti locali.

Di seguito l'elenco dei prodotti locali dimenticati in base alla loro natura: lavorazione e trasformazione alimentare e colture.

1. *I prodotti locali dimenticati riguardanti la lavorazione e trasformazione alimentare*

Essiccazione e battitura delle castagne: un tempo le castagne rappresentavano l'ingrediente principale dell'alimentazione montana nel biellese. Essendo un frutto autunnale, che matura quindi in una stagione e in un territorio abbastanza piovoso, è facile che si guasti a causa di alcuni vermetti o parassiti che compaiono con l'umidità. Molti anni fa la produzione di castagne era molto abbondante e non si poteva rischiare di perdere gran parte del raccolto; perciò, era necessario un buon metodo di conservazione di questo frutto in modo tale che durasse per tutto l'inverno. Una tecnica di lavorazione era quella dell'essiccazione mediante affumicature con l'ausilio di alcuni forni realizzati in pietra a secco, i Grà. Le castagne raccolte vengono disposte nel piano alto della Grà, mentre in quello inferiore veniva acceso un fuoco basso di legno di castagno. Il piano intermezzo non è chiuso ma costituito da "assicelle" che permettono il passaggio di calore e di fumo che porteranno all'affumicatura delle castagne, processo che dura circa un mese o quaranta giorni. Una volta essiccate le castagne si è in grado di poter ricavare la loro polpa, quest'ultimo passaggio è definito "battitura", considerato uno dei più antichi. La tradizione è

quasi del tutto scomparsa, l'unico luogo dove è possibile vedere ancora, in determinati periodi dell'anno, questo processo è nel Comune di Muzzano nella frazione di Bagneri. Le tecniche di lavorazione sono state tramandate per intere generazioni, solo ultimamente questa tradizione sta scemando, un parziale recupero è stato avviato nel 2003 da una signora anziana del posto, Tina. Inoltre, di recente l'Associazione Amici di Bagneri cerca di tenere in vita questa tradizione organizzando eventi locali e l'accensione delle due Grà presenti a Bagneri, che sono state da poco ristrutturate. Una di queste viene chiamata la Grà 'd l'Aurelia perché fu costruita da Abramo Valcauda, figlio di una signora del posto di nome Aurelia che viveva nella casa vicina e usufruiva del forno.

Utilizzo del castagno nell'allevamento: una volta i castagni erano importanti per costituire la base dell'alimentazione invernale degli animali. Nel biellese è comune l'allevamento di razze bovine e suine, dalla mungitura delle prime oltre al latte si ricavava il suo siero che serviva per l'alimentazione dei maiali. La castagna, invece, era utilizzata come ultimo pasto prima dell'abbattimento della razza suina, perché il sapore dolce di questo frutto conferiva alle carni un sapore particolare. Oltre ai

frutti, del castagno venivano usati per l'allevamento anche tutte le altre sue parti: le foglie per costruire giacigli per gli animali, i ricci, gusci delle castagne, usati come rastrelli per pulire i prati e gli alpeggi, oppure venivano uniti al letame per arricchirlo di nutrienti, mentre il legname veniva usato per il comune uso del riscaldamento o per la costruzione di mobili ed utensili. Queste funzionalità, seppur possano risultare semplici e scontate, si sono perse; in primo luogo, per l'introduzione di nuovi macchinari tecnologici in grado di poter lavorare vastità di ettari in modo più agevole, in secondo luogo, a causa dell'abbandono della coltivazione e della cura del castagno. Solo alcune aziende sul territorio come, ad esempio, l'Azienda Agricola Rosso Baietto, a Netro, o l'Azienda Agricola Mazzucchetti, a Sagliano Micca, si cimentano a mantenere vivo questo stile di vita che ha origini nella tradizione biellese.

Utilizzo del faggio nella vita quotidiana: questa voce vuole essere riportata per una testimonianza particolare che ha colpito la candidata di questo elaborato. Durante l'analisi del territorio, infatti, si è individuata l'Azienda Agricola Oro di Berta a Portula; in questa l'anziana proprietaria ha raccontato un prezioso ricordo d'infanzia che riflette appieno la vita montana

del biellese di una volta. Ha raccontato come a tre anni ha sofferto d'asma e che, non essendoci strumenti ipoallergenici adeguati come ad oggi, i suoi genitori la facevano dormire su un materasso riempito di foglie di faggio. Questa soluzione era l'unica opzione per far si che non si creassero, con l'utilizzo di altri materiali, polveri, acari e sostanze allergeniche. Una dimostrazione di come la vita rurale d'allora usava quello che la natura aveva da offrire, in modo sostenibile, facendone un ausilio piuttosto che generare danni all'ambiente.

2. *Le colture dimenticate dalla tradizione*

Varietà di mele: è già stato citato come il biellese fosse un punto di riferimento per l'esportazione di mele autoctone. C'è però da sottolineare come la grande varietà che vi era un tempo oggi si sia notevolmente ristretta; le cause sono state l'abbandono o la perdita biologica, avvenuta tramite troppi innesti, di alcune varietà. Nel biellese è riconosciuto il merito al pomologo Marco Maffeo, che gestisce l'Azienda Agricola di famiglia, Cascina Bozzola, ad Occhieppo Inferiore, il quale ha salvato e recuperato alcune varietà locali di mele antiche dimenticate. Il lavoro di ricerca affrontato da Maffeo ha reso possibile addirittura la stesura di un libro nel 1999 "*Pum e pumme: meli*

e mele nel Biellese", nel quale si riporta un vero e proprio catalogo di ogni varietà di melo ed interviste a vecchi frutticoltori, i quali raccontano le antiche ricette prodotte con la mela. La perdita biologica di alcune varietà durante gli anni è stata causata dalla non perseveranza di nuovi agricoltori che, innesto su innesto, hanno perso la biodiversità dei frutteti. Nel passato era consuetudine invece aspettare che la pianta di melo raggiungesse una certa dimensione e maturazione, per poi essere innestata in modo da mantenere un'importante biodiversità. Alcune delle varietà antiche dimenticate di melo salvate dal pomologo Maffeo sono: il *Piatlin* (era stato completamente perso e ora viene coltivato in diverse valli), il *Champagnin o Renetta di Champagne* (varietà molto antica, legata all'infanzia di Maffeo perché era un melo presente nel cortile dei nonni), il *Dosc Piat* (varietà dolcissima che si usava come sciroppo per la tosse), l'*Arsgiulenta* (Ruggine Reale), il *Rigadin Piantasun* (una delle mele più profumate tra le varietà, dalla polpa particolare che ricorda il frizzante delle caramelle) (Acquadro, 2022).

Pomodori bistecca di Andorno: tra le coltivazioni dell'orto questa varietà di pomodoro si è persa, troppo antica e troppo

particolare tanto da non essere più richiesta sulle tavole. La curiosità, la dedizione al lavoro di una terra, che vuole essere ripristinata al momento di piena lavorazione per potere riassaggiare i sapori di una volta, hanno portato un giovane agricoltore a dedicarsi alla ricerca di sementi antichi. L'Azienda Agricola Il Campo, di Andrea Monaco, persegue questo obiettivo di recupero da molti anni; la sua attività di rivalorizzazione di alcuni seminativi ha preso inizio con la ricerca sul territorio delle usanze di una volta. La scoperta particolare è quella avvenuta ad Andorno, dove grazie alle memorie di un anziano abitante e alle sue conserve è riuscito a recuperare i sementi del Pomodoro bistecca. La coltivazione non è immediata, ci sono voluti ben quattro anni perché la pianta di questo pomodoro riuscisse a prendere una sua forza e maturazione adeguata alla produzione dei suoi frutti.

Aglio rosa di Andorno: sempre presso Il Campo di Andrea Monaco si può ritrovare l'aglio rosa che una volta cresceva in montagna. A differenza degli altri agli questo ha un sapore più delicato e si conserva meno facilmente, anche il suo periodo di semina avviene più tardi delle altre varietà.

Pignoletto rosso: di solito viene coltivato nel canavese, ma dei sementi antichi appartenenti ai nonni dei proprietari dell'Azienda Agricola l'orto d'Asporto, hanno permesso il lavoro di recupero di questa antica varietà di mais. Le caratteristiche che lo rendono particolare ed unico sono il colore rosso della pannocchia e una forma più allungata delle altre tipologie di mais. La sua farina viene usata per la preparazione di polente ed è anche adatta per prodotti di panificazione e di pasta.

Trifule dla fioca (patate bianche): ormai sono una varietà di patate praticamente introvabile, una volta venivano coltivate nel biellese e venivano chiamate "trifule dla fioca" per via della loro polpa bianca leggera e sfarinata che ricorda la neve (fioca). Attualmente il suo recupero e valorizzazione avviene in Liguria, nel quale viene chiamata "Quarantina bianca genovese", ove il Consorzio di Tutela dei produttori liguri ha promosso ed incentivato la coltivazione di questa varietà antica.

3.5.2 *Il patrimonio culinario biellese*

Una delle espressioni più semplici e comuni per avvicinarsi e conoscere la cultura e l'identità di un territorio è la tradizione culinaria locale. È stato detto più volte come il biellese, luogo montano dal clima continentale, con estati caldi ed inverni molto freddi e nevosi, fosse una terra di agricoltori che coltivavano la terra sia per lavoro che per sé stessi, vivendo e cibandosi di quello che la natura poteva offrire. La cucina biellese, perché costituita da ingredienti primari e semplici, potrebbe essere definita una cucina povera. Al contrario di cosa si possa pensare, la cucina povera è anche quella più saporita; la fame degli agricoltori che tornavano da lunghe giornate di lavoro dai campi smuoveva la creatività di cucinare piatti che fossero graditi sia allo stomaco che al cervello, come gratificazione della giornata. Per non dover mangiare sempre gli stessi ortaggi o verdure allo stato puro, i biellesi si sono ingegnati nell'inventare diverse ricette e combinazioni di sapori che sono state tramandate per diverse generazioni (*vedi Allegato 10*). Si pensi semplicemente alla rivisitazioni di semplici verdure come, ad esempio, le foglie di verza, che lessate, arrotolate con filetti di acciuga, infarinate e fritte hanno dato vita alle "*trute borgne*", o ancora alle foglie di cavolo con la quale si fa il "*capunit*", ovvero involtini ripieni di carni e salami locali.

In questi ultimi vent'anni è stata fatta una raccolta di ricette biellesi, sia antiche della tradizione sia quelle più recenti che la rivisitano, questa ricerca è stata possibile grazie alla giornalista pubblicista biellese Mina Novello (nell'*Allegato 10* si parlerà nello specifico di alcune ricette biellesi, che hanno in comune la particolarità di avere un compito ben preciso: tramandare la tradizione culinaria biellese, ricordando l'uso di alcuni ingredienti che si stanno dimenticando). Coordinatrice dell'attività di Sapori Biellesi, rappresenta l'ennesimo interesse da parte di un soggetto provato nel biellese che persegue l'obiettivo di far conoscere i prodotti enogastronomici della sua terra, sfruttando il suo lavoro della comunicazione pubblicando ricettari e ricerche di storia della gastronomia. Difatti un suo ricettario è stato definito come "*un ricettario godibile che non è solo strumento utile per imparare a cucinare ma è soprattutto la miglior prova che l'ostinarsi a dipingere i biellesi come gente dedita solo al telaio e al risparmio, gente poco indulgente al piacere della tavola, è un luogo comune che deve essere finalmente superato*" (Orso, 2006). Queste parole sono proprio la dimostrazione dello scopo che anche questo elaborato vorrebbe riuscire ad ottenere, non delineare un luogo sotto un'unica etichetta provando a far emergere ogni sua identità.

4 Conclusioni

Il presente elaborato ha preso in analisi il territorio del biellese, un sistema dinamico costituito da risorse territoriali con alto pregio e valore. In particolare, la tesi ha avanzato la proposta di Distretto Alimentare Biellese, una strategia di marketing territoriale, che si pone come obiettivo lo sviluppo e la valorizzazione per il rilancio dell'economia locale. Il quadro teorico iniziale rivela come il Distretto si sviluppi in termini di una nuova prospettiva di marketing territoriale urbano, che mira a sviluppare una strategia di rete di attrazioni urbane, comunicando di conseguenza la loro promozione.

Il biellese è riconosciuto da sempre unicamente per le sue eccellenze naturali montane e per il suo passato industriale nel settore del tessile, ma l'analisi svolta ha permesso di restaurare le diverse identità territoriali che caratterizzano il biellese; il recupero della memoria si è concentrato sul ripristino di attività che hanno attraversato fasi di declino negli ultimi anni, come il settore enogastronomico. Il processo strategico che si mette in atto, di breve – lungo periodo, è indirizzato ad aumentare la capacità competitiva di un territorio rispetto ad altri creando un'identità distintiva.

La proposta di Distretto Alimentare Biellese nasce in funzione delle iniziative degli attori locali ed enti territoriali improntate a favore di un approccio cooperativo; inoltre, fonda le sue basi sia in un territorio dallo spirito e visione imprenditoriale, sia sul sistema di risorse dei prodotti

tipici della tradizione culinaria biellese e sugli eventi di promozione correlati. Il cibo nella Provincia di Biella diviene un elemento di identità culturale, "cioè un linguaggio, un sistema di comunicazione, un veicolo di identità culturale e perciò parte integrante di un popolo e della sua storia." (Avesani, 2018: p. 190). La potenzialità attrattiva del biellese è veramente vasta, proporzionale a quanto sia stata trascurata dalla popolazione; è necessario all'interno del processo strategico di rilancio un percorso formativo, per creare consapevolezza per raggiungere il successo desiderato.

Questo elaborato è uno studio di una proposta di Distretto, purtroppo non si conoscono i prossimi passaggi per una sua applicazione pratica. Il Distretto potrebbe incontrare una serie di difficoltà a decollare per una serie di questioni legate all'ambiente sociale, a causa dell'elevata eterogeneità degli stakeholders coinvolti, che comportano inevitabilmente una maggiore difficoltà di comunicazione e coordinamento. Un altro limite potrebbe essere posto dalla presenza sul territorio di piccole aziende, che spesso non hanno le competenze e le risorse necessarie per fornire un contributo significativo al processo di marketing territoriale, le quali sarebbero più indirizzate a comportamenti opportunistici, volte ad intraprendere iniziative orientate al breve periodo.

L’elevata frammentazione territoriale, dovuta alla presenza di numerose aziende, rende il biellese altamente competitivo al suo interno e tendente alla chiusura verso l’esterno; un atteggiamento tipico di una popolazione montana dall’indole riservata. Infine, all’interno del biellese coesistono due espressioni di interesse: uno aperto a promuovere diverse iniziative, nel quale i soggetti dimostrano una volontà di divenire "agenti del cambiamento", perseguendo l’obiettivo di valorizzare il settore enogastronomico per trasformare il biellese in un territorio dell’accoglienza; l’altro è costituito da quei soggetti che vorrebbero un progresso del loro territorio, ma che allo stesso tempo affermano di non volere un flusso turistico che violi la loro riservatezza. Per questa ambiguità è difficile creare uno sviluppo territoriale, ma è necessaria una possibile strategia di veicolazione unitaria dell’immagine territoriale, che generi un approccio relazionale, permettendo agli attori locali di agire in modo coordinato in condivisione dei medesimi obiettivi.

5 Riferimenti bibliografici

- AVESANI L., BATTISTI C., FIORATO S., FELIS G., *Il cibo come cultura. Dialoghi interdisciplinari,* Aracne, Roma, 2018.
- BAGNASCO A., *Tre Italie. La problematica territoriale dello sviluppo italiano*, Bologna 1977.
- BAKER M.J., *Writing a literature review* in *The Marketing Review n.1*, London, 2000.
- BOCCHIETTO L., *Abitare nel biellese*, M&B Pubblishing, Milano, 1998.
- BODEI R., *I traumi della memoria* in *La traccia e la memoria. Tradizione e continuità*, a cura di A. MAGLIO, Istituto Italiano per gli Studi Filosofici, Napoli, 2014.
- BODEI R., *Libro della memoria e della speranza,* Il Mulino, Bologna, 1995.
- BONETTI E., CERCOLA R., IZZO F., MASIELLO B., *Eventi e strategie di marketing territoriale. Gli attori, i processi e la creazione di valore*, FrancoAngeli, Milano, 2017.
- BRUNETTA G., CALDARICE O., *I distretti del commercio e del tempo libero in Piemonte. Un approccio integrato per promuovere la riqualificazione urbana e territoriale,* Torino, 2011.
- CALDARICE O., *I distretti commerciali* in "*Classificazione e interpretazione di sistemi territoriali d'offerta commerciale in Piemonte. Un approfondimento nei territori dei distretti commerciali*" (a cura di Brunetta G.), Torino, 2011.
- CALDARICE O., *Marketing e riqualificazione urbana. Modelli di gestione di urbanistica commerciale come leva di rigenerazione urbana integrata,* Master universitario in Marketing Territoriale, Università Cattolica del Sacro Cuore, Piacenza, 2010.
- CAPATTI A., MONTANARI M., *La cucina Italiana. Storia di una cultura,* Editori Laterza, Bari, 2002.
- CAROLI M. G., *Il marketing territoriale. Strategie per la competitività sostenibile del territorio*, FrancoAngeli, Milano, 2006.
- CAROLI M. G., *Il marketing territoriale. Con scritti di Paolo Boccardelli, Gianluigi Guido, Ivana Paniccia,* FrancoAngeli Milano, 2009.
- CERRUTI BUT M., *Oltre la crisi, Biella*, Tesi di Laurea Magistrale in Architettura, Costruzioni, Città, Politecnico di Torino, Torino, 2014.

- CHIORINO F., PIVA C., TOPUNTOLI S., *Biella fa territorio*, Libri, Foggia, 2017.
- CIAPETTI L., *Lo sviluppo locale. Capacità e risorse di città e territori,* Il Mulino, Bologna, 2010.
- CORSICO F., *"Marketing urbano, uno strumento per le città e le imprese, una condizione per lo sviluppo immobiliare, una sfida per la pianificazione urbanistica"* in *Marketing urbano in Europa,* a cura di Ave G. e Corsico F., Torino Incontra, Torino, 1994.
- DANSERO E., GIORDA M., PETTENATI G., *Per una geografia culturale del cibo,* Scienza Attiva, Torino, 2014.
- DANSERO E., MARINO D., MAZZOCCHI G., NICOLAREA Y., (a cura di), *Lo spazio delle politiche locali del cibo: temi, esperienze e prospettive,* Celid, 2019.
- DANSERO E., TOLDO A., *Verso la Food Policy di Torino. Verso una politica del cibo per Torino Metropolitana. Soggetti, processi, pratiche e ruolo dell'Atlante* in *Atlante del cibo di Torino Metropolitana,* Celid, Torino, 2018.
- DEMATTEIS G., *Il marketing urbano : cooperare per competere* in *Marketing urbano in Europa,* a cura di Ave G. e Corsico F., Torino Incontra, Torino, 1994.
- GARRIONE A., MEUCCI D., *Caratteri del paesaggio biellese : analisi del sistema ambientale nelle Valli Oropa e Cervo,* Tesi di Laurea Magistrale in Architettura, Torino: Politecnico di Torino, 1998.
- MAGLIO A., *La traccia e la memoria. Tradizione e continuità*, Istituto Italiano per gli Studi Filosofici, Napoli, 2014.
- MAZZA L., *Piano, progetti, strategie,* Angeli, Milano, 2004.
- MONTANARI M., *Il cibo come cultura,* Editori Laterza, Roma, 2004.
- MONTANARI M., *Il mondo in cucina. Storia, identità, scambi,* Editori Laterza, Bari, 2002.
- MONTANARI M., *L'identità italiana in cucina,* Editori Laterza, Bari, 2010.
- NEIRETTI M., VACHINO G., *La lana e le pietre: il Biellese nell'archeologia industriale. Le valli orientali,* DocBi, Biella, 1987.
- NINO P., LUPIA F., DE SANTIS F., VANINO S., *Uso del suolo agricolo nelle aree prive di infrastrutture irrigue pubbliche – Regioni Obiettivo 1*, INEA, Roma, 2006.

- ORSO G., *Introduzione*, in *"Biellesità in Cucina"* di Mina Novello, Istituto Editoriale Biellese, Biella, 2006.
- PADDISON R., *City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration* in *Urban Studies, Vol. 30, No. 2,* Glasgow, 1993.
- PETTENATI G., *La rinaturalizzazione del cibo in Valposchiavo: ecologia politica di una "valle bio",* Rivista geografica italiana, CXXVIII, Fasc. 2, giugno 2021.
- NOVELLI F., *Da Sordevolo alla Valle Elvo. Processi di conservazione e valorizzazione nel territorio biellese*, M10 Edizioni, Biella, 2015.
- RAMELLA F., *Terra e telai. Sistemi di parentela e manifattura nel Biellese dell'Ottocento,* Einaudi, Torino, 1984.
- REMOTTI F., *Contro l'identità,* Laterza, Bari, 1996.
- SETTIS S., *Paesaggio Costituzione Cemento. La battaglia per l'ambiente contro il degrado civile,* Einaudi, Torino, 2010.
- SONNINO R., TEGONI C.L.S, DE CUNTO A., *The challenge of systemic food change: Insights from cities,* Elsevier, Amsterdam, 2019.
- TOLDO A., *Urban Food Planning e sistemi locali del cibo. "Le città, come le persone, sono ciò che mangiano"* in *Atlante del cibo di Torino Metropolitana,* Celid, Torino, 2018.
- TOSCO C., *I beni culturali. Storia, tutela e valorizzazione,* Il Mulino, Bologna, 2010.
- VECCO M., *L'evoluzione del concetto di patrimonio culturale. Economia e management della cultura e della creatività,* FrancoAngeli, Milano, 2018.

6 Sitografia

- ACQUADRO D., *Mele antiche nel Biellese: le varietà di Marco Maffeo*, in *"Cibovagare"*, https://www.cibovagare.it/artigiani/mele-antiche-nel-biellese-3440.html, 22 febbraio 2022. (ultima consultazione 28/08/2022)
- AGENDA DIGITALE BIELLA, *https://www.agendadigitale.biella.it/*, 2022. (ultima consultazione 28/08/2022)
- ATL Biella, *Archeologia industriale, https://www.atl.biella.it/archeologia-industriale, 2022.* (ultima consultazione 28/08/2022)
- BIELLA CITTÀ ARCIPELAGO, *Atlante dei paraventi https://www.cittarcipelago.it/atlante-dei-paraventi,* 2022. (ultima consultazione 28/08/2022)
- CAMERA DI COMMERCIO MONTE ROSA LAGHI ALTO PIEMONTE, *https://www.pno.camcom.it/promozione*, 2022. (ultima consultazione 28/08/2022)
- LENTO M., *Biella: un'area industriale che resiste reinventandosi* in swissinfo.ch, https://www.swissinfo.ch/ita/biella--un-area-industriale-che-resiste-reinventandosi/46684118, Biella, 9 giugno 2021. (ultima consultazione 28/08/2022)
- PAGNONI G.A., *La Rete Natura 2000* in *ilnaturaolista.it,* 4 agosto 2009. (ultima consultazione 28/08/2022)
- PIEMONTE. THE PLACE TO EXPERIENCE, *Biella Città Creativa UNESCO, https://www.visitpiemonte.com/it/arte-cultura-e-unesco/tesori-unesco/biella-citta-creativa-unesco*, 2022. (ultima consultazione 28/08/2022)
- PROVINCIA DI BIELLA – S.I.T.A., https://www.provincia.biella.it/servizi/sit-e-cartografia/repertorio/consultazione, 29 luglio 2021. (ultima consultazione 28/08/2022)
- UNIONE INDUSTRIALE BIELLESE, *https://www.ui.biella.it/servizi-argomenti/,* 2022. (ultima consultazione 28/08/2022)

POLITECNICO DI TORINO

Corso di Laurea Magistrale in Pianificazione territoriale, urbanistica e paesaggistico–ambientale

a.a. 2021 / 2022

TESI DI LAUREA MAGISTRALE

ALLEGATI

Relatore:

Arch. Ombretta Caldarice

Candidata:

Elena Lazzaro

ALLEGATO 1 - SISTEMA IDROGRAFICO

N

Torrente Sessera
Fiume Sesia
Torrente Cervo
Torrente Oropa
Torrente Elvo
Torrente Cervo
Torrente Rovasenda
Fiume Sesia
Torrente Elvo
Torrente Cervo
Torrente Elvo

0 1 2 4 6 8 10
Km

Sistema idrografico

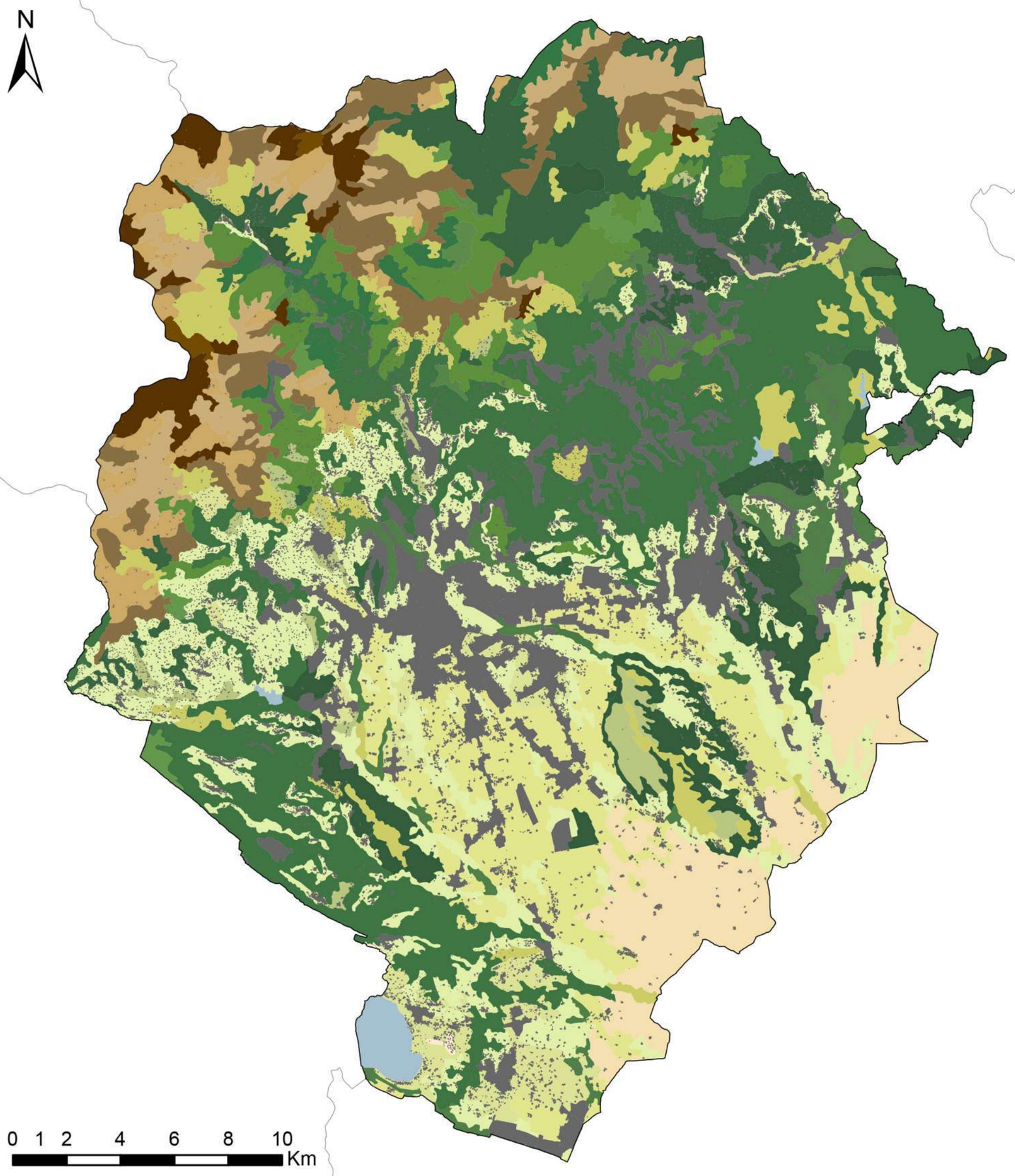
- Reticolo idrografico regionale (SITA, 2007)
- Lettera c: corpi idrici (PPR - tav. P2 -P4, 2021)
- Reticolo idrografico minore biellese (Provincia di Biella, 2021)
- Laghi (PPR - tav. P4 -P5, 2017)
- Torrente Cervo (PPR - tav. P2 -P4, 2021)
- Torrente Elvo (PPR - tav. P2 -P4, 2021)
- Fiume Sesia (PPR - tav. P2 -P4, 2021)
- Torrente Oropa (PPR - tav. P2 -P4, 2021)
- Torrente Sessera (PPR - tav. P2 -P4, 2021)
- Torrente Rovasenda (PPR - tav. P2 -P4, 2021)

Unioni dei Comuni nel biellese (ISTAT, 2011)

- Valle del Cervo
- Valle dell'Elvo
- Val Sessera, Valle di Mosso e Prealpi Biellesi
- Unione della Biellese Centrale
- Unione della Pianura Biellese
- Unione Prealpi Biellesi
- Unione Colline e Rive del Cervo
- Unione tra Baraggia e Bramaterra
- Provincia di Biella

Base DTM25 (Geoportale Piemonte, 2011)

ALLEGATO 2 - USO DEL SUOLO

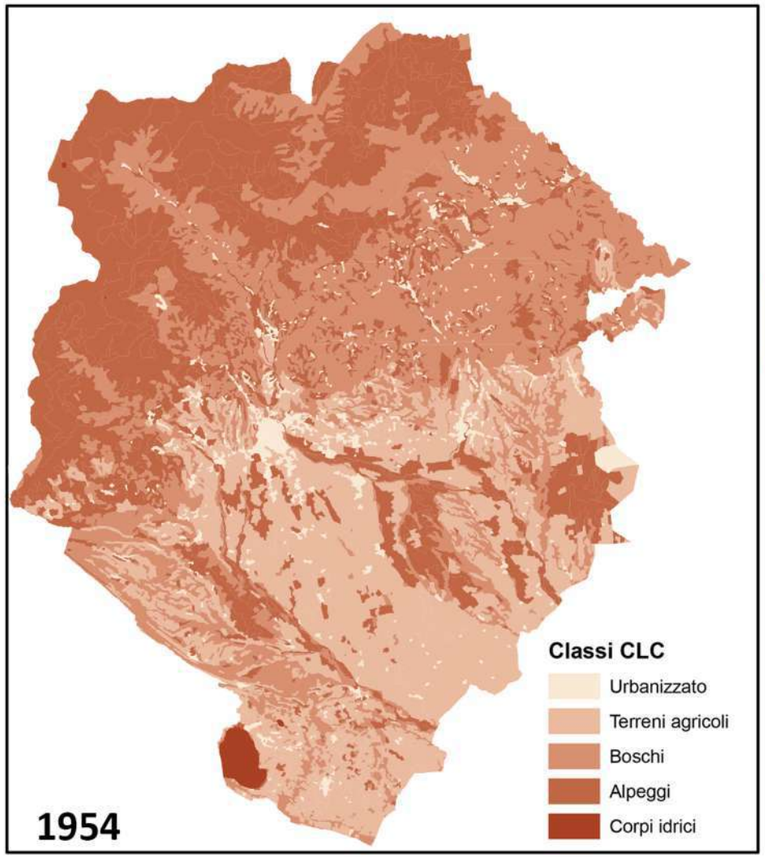


Corine Land Cover 2018 - Provincia di Biella

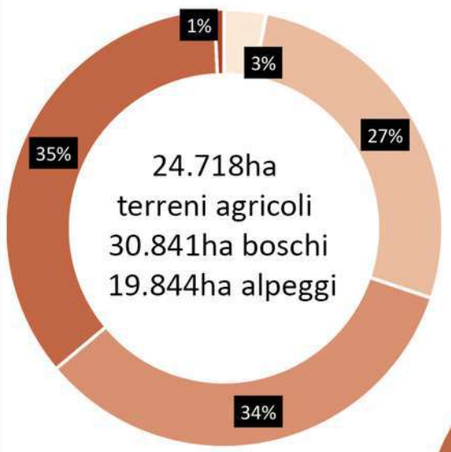
SUPERFICI ARTIFICIALI
- 111 - Zone residenziali
- 112 - Tessuto urbano discontinuo
- 121 - Aree industriali, commerciali e dei servizi pubblici e privati
- 124 - Aeroporti
- 131 - Aree estrattive
- 132 - Discariche
- 142 - Aree ricreative e sportive

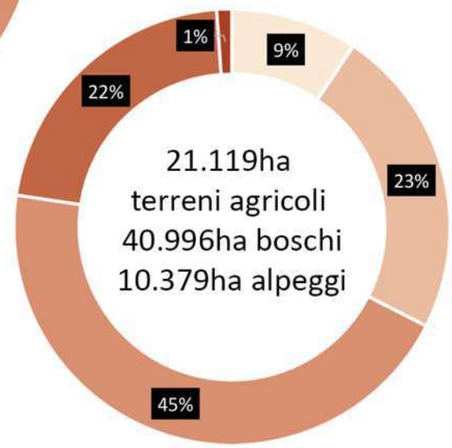
SUPERFICI AGRICOLE
- 2111 - Colture Intensive
- 213 - Risaie
- 221 - Vigneti
- 231 - Superfici a copertura erbacea: graminacee non soggette a rotazione
- 242 - Sistemi colturali e particellari compless
- 243 - Aree prevalentemente occupate da colture agrarie con presenza di spazi naturali importanti

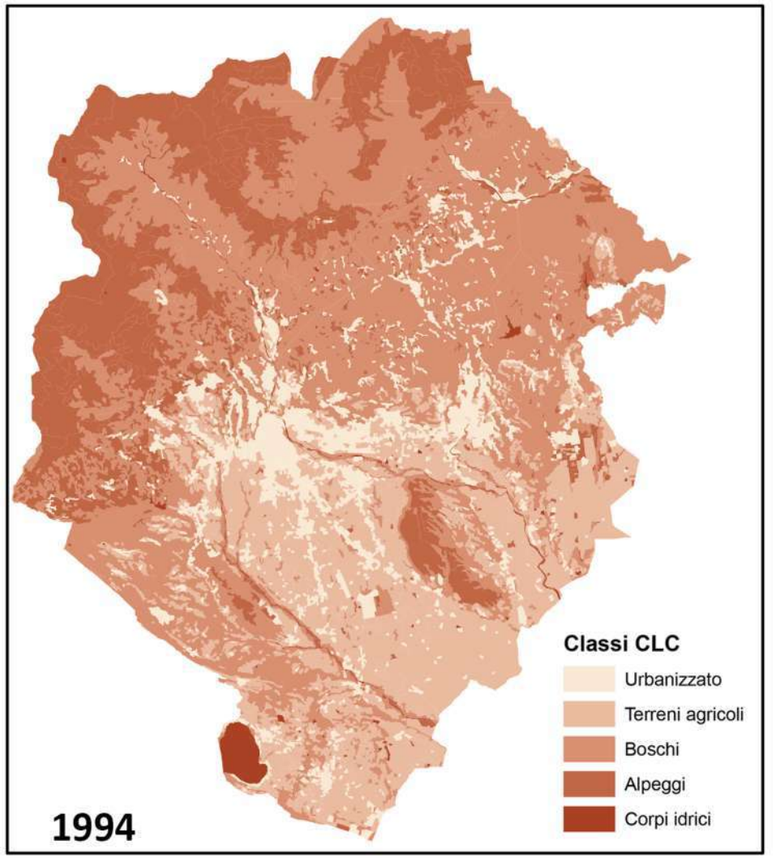
TERRITORI BOSCATI E AMBIENTI SEMI-NATURALI
- 3112 - Boschi a prevalenza di querce caducifoglie (cerro e/o roverella e/o farnetto e/o rovere e/o farnia)
- 3113 - Boschi misti a prevalenza di latifoglie mesofile e mesotermofile (acero-frassino, carino nero-orniello)
- 3114 - Boschi a prevalenza di castagno
- 3115 - Boschi a prevalenza di faggio
- 3116 - Boschi a prevalenza di specie igrofile (boschi a prevalenza di salici
- 3117 - Boschi e piantagioni a prevalenza di latifoglie non native (robinia, eucalipti, ailanto…)
- 3123 - Boschi a prevalenza di abete bianco e/o abete rosso
- 3124 - Boschi a prevalenza di larice e/o pino cembro
- 3131 - Boschi misti a prevalenza di latifoglie
- 3132 - Boschi misti a prevalenza di conifere
- 3211 - Malghe (edificio e annessi)
- 3212 - Pascoli di pertinenza di malga
- 322 - Brughiere e cespuglieti
- 324 - Vegetazione in evoluzione
- 331 - Spiagge, dune, sabbie
- 332 - Rocce nude
- 333 - Aree a vegetazione rada
- 512 - Bacini d'acqua

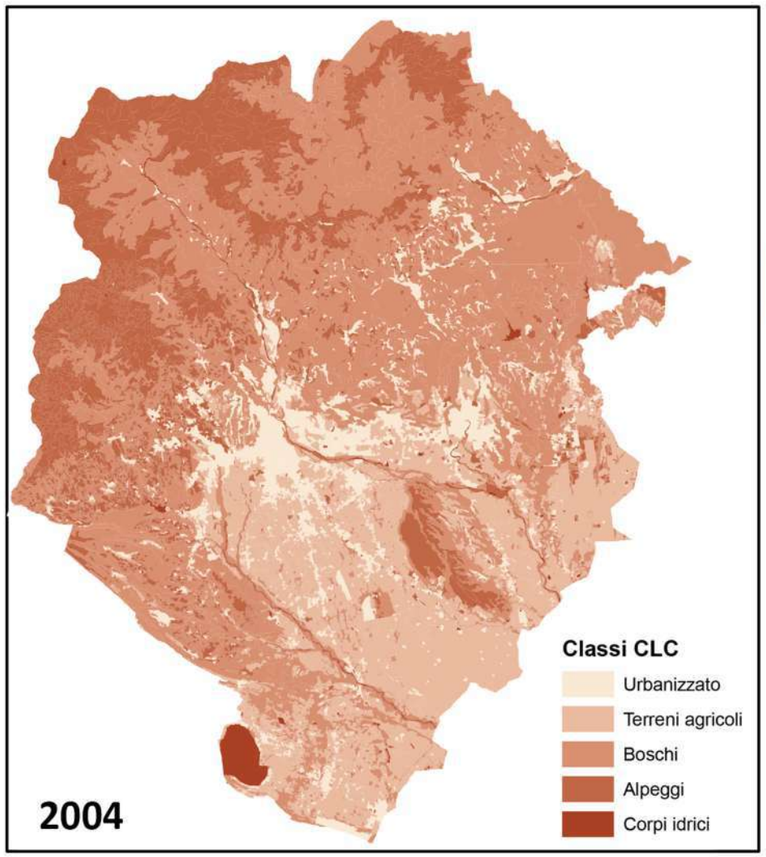


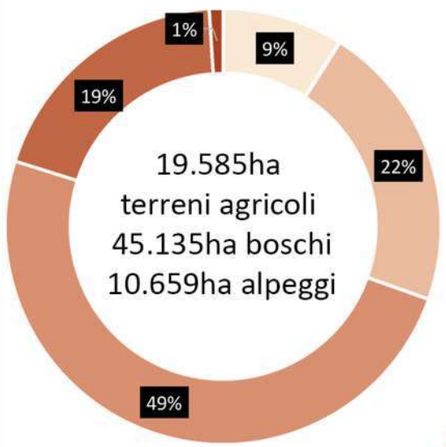
VARIAZIONE USO DEL SUOLO

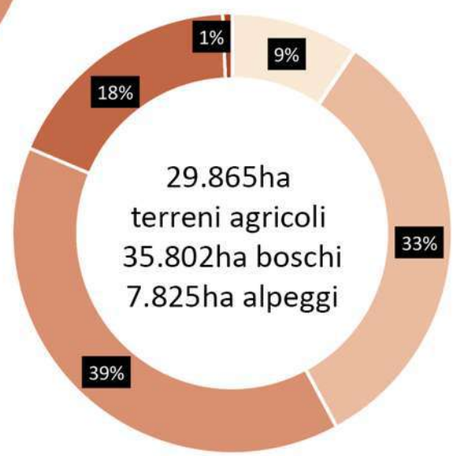


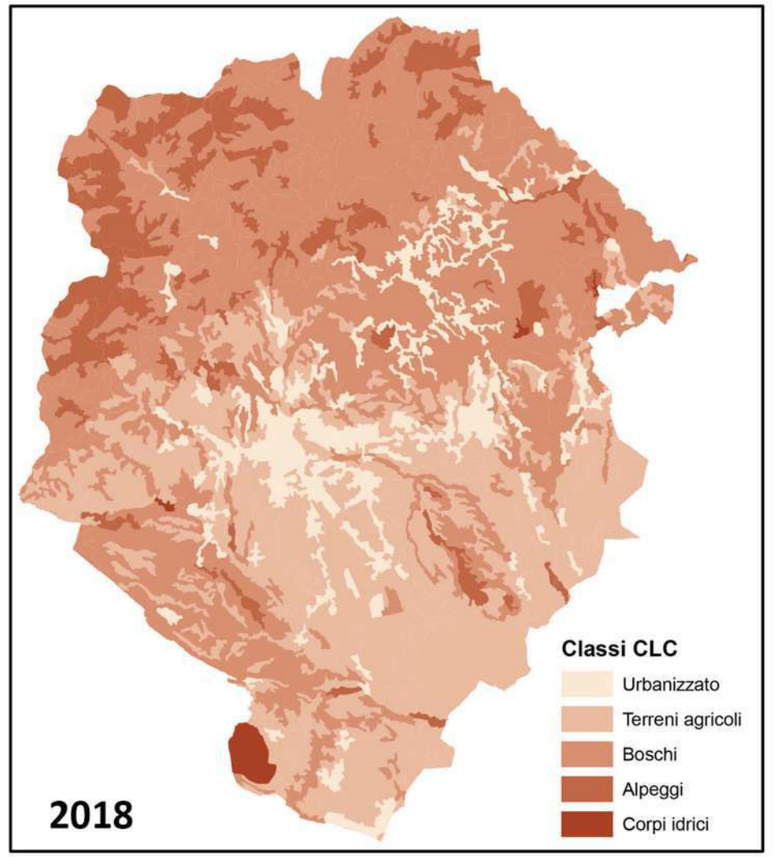












ALLEGATO 3.1 - TAVOLA DI SINTESI ASPETTI AMBIENTALI

N

22

23

24

25

26

27

28

0 1 2 4 6 8 10
Km

Area montana (PPR, 2017 - tav. P4) - biopermeabilità nulla

Territori boscati (CLC, 2018) - elevata biopermeabilità

Superfici agricole (CLC, 2018) - media biopermeabilità

Superfici artificiali (CLC, 2018) - biopermeabilità nulla

Sistema idrografico (PPR, 2017 - tav. P4)

Altri siti di interesse naturale(PPR, 2017 - tav. P4)

SIC (PPR, 2017 - tav. P4)

SIC e ZPS coincidenti (PPR, 2017 - tav. P4)

Nodi secondari e punti di appoggio (PPR, 2017 - tav. P4)

Ecosist. acquatico di pregio amb. e naturalistico

Parchi

PSIC

SIR

22 Ambiti di paesaggio (PPR, 2017)

Cartografia di base: DTM25, 2011

ALLEGATO 4 - SISTEMA INFRASTRUTTURALE

N

Biella

A 4/5 IVREA-SANTHIA'

Santhia'

A 26/4

VERCELLI

A 26 VOLTRI - GRAVELLONA TOCE

A 4

NOVARA

A 26 GS

0 1 2 4 6 8 10 Km

Sistema infrastrutturale stradale (PPR, 2017)

- Autostrade
- Strade provinciali
- Strade urbane locali
- Edificato

ALLEGATO 5 - SISTEMA FERROVIARIO

N

Biella
Biella-Chiavazza
Biella S. Paolo
Cossato
Candelo
Vigliano-Candelo
Sandigliano
Vergnasco
Salussola
Brianco
Ivrea
Strambino
Mercenasco
Candia Canavese
Caluso
Quarona
Vanzone-Isolella
Borgosesia
Valduggia
Serravalle Sesia
Grignasco
Prato Sesia
Romagnano Sesia
Gattinara
Masserano
Rovasenda
Rovasenda
Buronzo
Carisio
Santhia'
Santhia'
Tronzano Vercellese
S. Germano Vercellese
Olcenengo
VERCELLI
Vercelli
Bianze'
Borgo Ver
Vinza
Bolzano
Gozzan
Dormelletto
Comignago
Castelletto Ticino
Borgomanero
Borgo Ticino
Cureggio
Varallo Pombia
Porto Varallo Pombia
Cressa-Fontaneto
Pombia
Marano Ticino
Suno
Vaprio d'Agogna
Oleggio
Ghemme
Momo
Sizzano
Bellinzago Novarese
Fara
Briona
Sologno
Ghislarengo
Sillavengo
Caltignaga
Cavignano Sesia
S. Bernardino
Casaleggio Novara
Nibbia
Trivio-Vignale
Galliate
Novara
NOVARA
Trecate

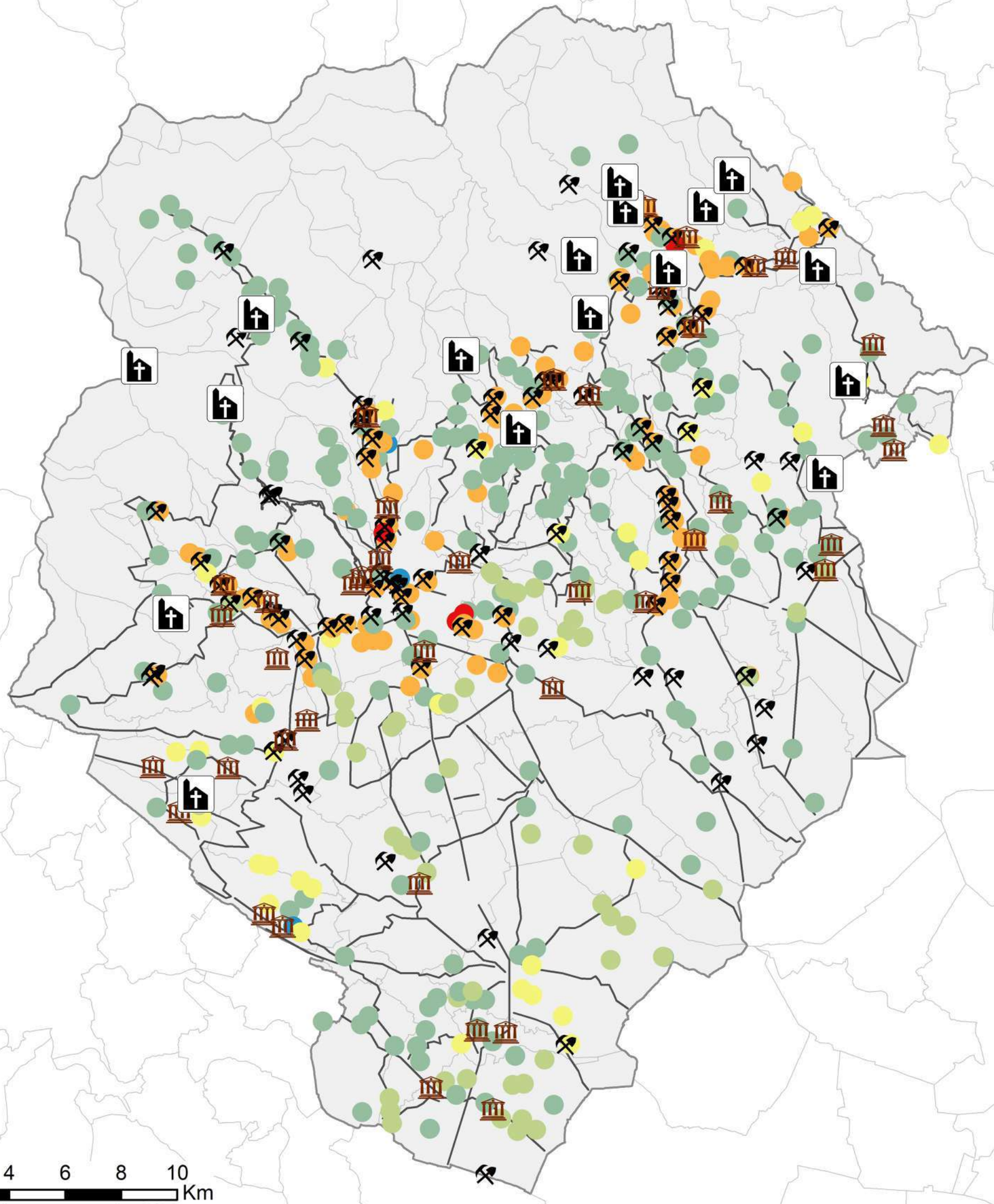
0 1 2 4 6 8 10 Km

Sistema ferroviario (Geoportale Piemonte, 2021)

- X — Tratte di collegamento Biella S.Paolo - Santhià e Biella S.Paolo - Novara
- Stazioni ferroviarie
- Ferrovia
- Edificato

ALLEGATO 6 - PERSISTENZE STORICHE

N



- Poli religiosità - sacrimonti santuari (PPR, 2017 - tav. P4)
- Porte urbane (PPR, 2017 - tav. P4)
- Produzione industriale storica (PPR, 2017 - tav. P4)

Permanenze delle strutture storico-insediative esterne ai tessuti urbanistici (Provincia di Biella, 2002 - dati provenienti dal Censimento del 1871)

- Abbazia
- Chiesa - Oratorio
- Cascina
- Fornace - Fucina - Mulino
- Opificio
- Villaggio operaio

Tracciati persistenti viabilità storica (Provincia di Biella, 2022)

- Confermata
- Comuni Piemonte (ISTAT, 2021)
- Provincia di Biella

0 1 2 4 6 8 10 Km

ALLEGATO 7 - ASSETTO FRUITIVO-PERCETTIVO

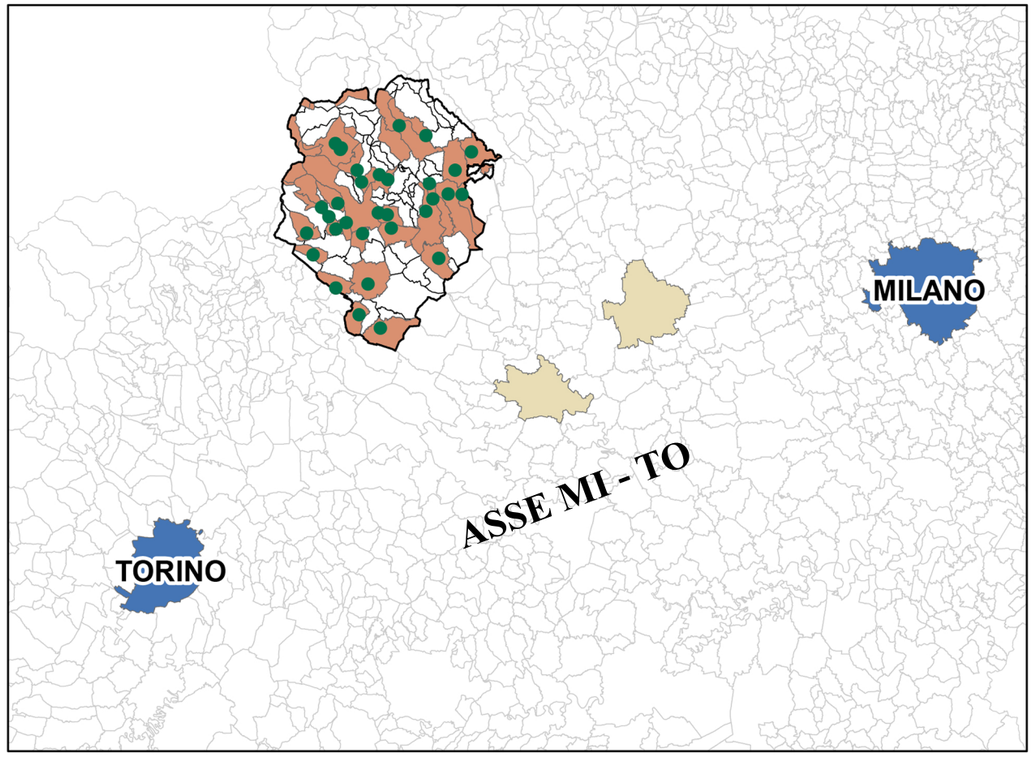
N

0 1 2 4 6 8 Km

Fonte dati: PPR, 2017 - tav. P4

- Rete sentieristica
- Rete sentieristica per Montain Bike
- Greenways regionali
- Elementi di rilevanza paesisitica
- Punti di belvedere
- Alberi monumentali
- Infrastrutture turistiche montane
- Sistema idrografico
- Ambiti Amministrativi eProvince
- Provincia di Biella

ALLEGATO 8 - COMUNI DEL DISTRETTO ALIMENTARE BIELLESE



NOVARA

VERCELLI

Comuni Distretto Alimentare Biellese

Attori locali mappati dal progetto di Biella Città Arcipelago

Provincia di Biella

Comuni Regione Piemonte e Regione Lombardia (ISTAT, 2011)

ALLEGATO 9

Aziende agricole							
Nome	**Referente**	**Produzione e servizi**	**Descrizione**	**Indirizzo**	**Contatto**	**Sito**	**Adesione a Slow Food Montagne Biellesi**
Agrimulino Vallini	Alberto Olivetti	Cereali e farine	Azienda agricola dedita alla produzione di cereali e farine macinate con antico mulino a pietra. L'Azienda coltiva pregiate varietà di cereali e realizza con proprie attrezzature il totale ciclo produttivo sino alla distribuzione delle farine al consumatore finale.	Via Bellavista 7/b, Biella	015 9555342 / 3294739281	https://www.facebook.com/Azienda-Agricola-Vallini-373149726032817/	SI
Agriturismo Alpe Montuccia	Michela Antoniotti	Formaggi e soggiorno	Caratteristica locanda che si trova lungo l'itinerario di rientro del Bosco del Sorriso, nei dintorni del suggestivo Eremo di Maria, offre prodotti e piatti della tradizione. In loco è possibile anche acquistare gustosi formaggi tipici.	Regione Montuccia 1, Bocchetto Sessera	3662874159	https://www.oasizegna.com/it/ospitalita/agriturismo-Montuccia-oasi-zegna_172.html	SI
Agriturismo L'Arbo	Ruggero Zorio	Miele, frutta e soggiorno	L'agriturismo è immerso in un bosco di castagni (arbo), faggi e betulle ed è possibile soggiornare in tipiche baite in pietra. L'azienda agricola produce miele, prodotti di stagione, quali castagne, funghi freschi, frutta e prodotti d'artigianato.	Reg. Piane Falletti 1, Sagliano Micca	3472364382 info@agriturismolarbo.com	agriturismolarbo.com	SI
Agriturismo Oro di Berta	Paola Passuello	Conserve e soggiorno	Un agriturismo a 360°, a partire dalla cucina fortemente legata ai prodotti del territorio, nella quale prendono vita antiche ricette locali, talvolta rivisitate. La ristrutturazione dell'antico opicificio ha permesso di ridare un nuovo volto all'agriturismo, dando la possibilità di far soggiornare gli ospiti. La produzione è concentrata nella realizzazione di confetture, mostarde, conserve ed aceti, riprendendo in particolare la produzione dell'olio di noci; tutto ciò viene accompagnato da attività didattiche per svelare il mondo agricolo, stimolando la curiosità e l'osservazione del territorio.	Via dell'Oro 173, Castagnea di Portula	015 756501 / 3339536085 info@orodiberta.it	https://www.orodiberta.it/home/	SI
APErò	Alessandro Castello	Miele e derivati	L'apicoltura è nata qui per pura passione di Alessandro Castello che si prende cura di oltre 150 arnie nel Parco della Bessa, nella Riserva della Baraggia e valli biellesi. La sua filosofia è massimo rispetto delle api e del loro prodotto. La vendita dei prodotti consiste in miele, idromele, oggetti derivati dalla cera d'api e casette per api, per espandere la passioni verso questo tipo di convivenza solidale e naturale.	Via Almasso 4, Mongrando	3489019515	https://www.apicolturaapero.it/	SI

Apicoltura Brusco	Giorgio Brusco	Miele e derivati	MicroApicoltura famigliare, produttori di miele genuino della pianura biellese. Possiedono circa una quindicina di arnie che pascolano sul territorio scegliendo tra i fiori per suggere il nettare quelli del castagno, erba medica, melata, rododendro, ciliegio, tarassaco, ginestrino, millefiori e tanti altri. Apicoltura Brusco, non solo permette la vendita del miele, ma produce anche suoi derivati come la pappa reale, carammelline al miele o propoli, marmellate e favi. Offre anche un servizio a domicilio in moltissimi Comuni del biellese e una vendita al dettaglio nei mercati del territorio.	Via Don A. Margara 1, Verrone	3280022983 /015 1460 apicolturabrusco@gmail.com	https://www.facebook.com/apicoltu	NO
Azienda Agricola Agribose	Guido Dotti	Coltivazione	Negli ultimi anni questa attività agricola, inizialmente legata all' autoconsumo di prodotti ortofrutticoli, si è ampliata con la coltivazione dell' olivo e della vigna e arricchita con la trasformazione in confetture e conserve.	Cascina Bose 6, Magnano	3292323085	https://www.facebook.com/agribose/	SI
Azienda Agricola Andrea Manfrinati	Andrea Manfrinati	Vini	L'azienda affonda le sue radici nell'ormai lontano 1984, anno in cui si acquista un vecchio vigneto a Roppolo, sui declivi morenici del lago di Viverone. Annesso al vigneto viene così ristrutturato un vecchio "ciabot", risalente al 1780. Ad oggi la produzione del PrimoMiglio è stata integrata da nuovi vini: Bastian, Erbarancio e Primo Miglio ancestrale. Ad oggi si sta tentando di recuperare antichi vitigni.	Viale dei Tigli, Biella	3475620019	https://www.facebook.com/Az-agricola-Andrea-Manfrinati-109695143713174/	SI
Azienda Agricola Biologica Antoniotti – Cascina degli Eremiti	Andrea Antoniotti	Allevamento bovino	Allevamento bovino biologico dal 1998. L'azienda è nata dalla passione di portare avanti la tradizione dei nonni che gestivano l'alpeggio in Valle Cervo (Alpe campo). Le mucche allevate sono della razza pezzata rossa di Oropa (razza quasi estinta),che pascolano liberamente da marzo a novembre. In inverno vengono alimentate con fieno biologico prodotto dall' azienda sui propri terreni concimati solo con letame invecchiato. Inoltre, si allevano anche polli ruspanti (100/anno). Nel caseificio, annesso alla cascina, si producono i formaggi proposti direttamente nel punto vendita aziendale insieme alla carne macellata e ai salumi. Dal 2006 è presente uno spaccio per la vendita sul posto, mentre dal 2016 ha aperto un punto vendita a Piedicavallo.	Strada degli Eremiti 52, fraz. San Giuseppe di Casto – Andorno Micca	015 473668 / 3687272423	http://www.aziendaagricolaantoniotti.it/	SI

Azienda Agricola Ca' d'Andrei	Andrea Finco	Allevamento di capre, bovini e suini	Azienda Bio di allevamento di capre della razza Camosciata delle Alpi e Saanen, il cui latte viene lavorato crudo, nel caseificio costruito accanto alla stalla, e trasformato in formaggi freschi e stagionati (bollino CE 01/538). Sempre con metodo Bio alleviamo poi i bovini e i suini, con cui produciamo i salumi. Vengono svolte attvitià didattiche per tutte le età (riconosciuta dalla Regione Piemonte ed iscritta all'Albo), proponendo progetti legati al settore agricolo.	Case Code Superiore di Sagliano Micca, Biella	3485825444 info@cadandrei.it	https://www.cadandrei.it/	SI
Azienda Agricola e B&B La Bessa	Luca Ribotto	Coltivazione	Dal 2004 ha ottenuto la "Certificazione Biologica", grazie all'impegno di una agricoltura “naturalmente” sana, genuina e priva di alterazioni chimiche sia durante la coltivazione che in fase di produzione. L'attività nel 2001 inizia la sperimentazione con un noccioleto di 650 piante del tipo “Nocciola Tonda Gentile Trilobata"; introducendo poi un processo di produzione sono rinomati per il prelibato olio di nocciola. Negli ultimi anni hanno introdotto la coltivazione di antichi mais per produrre le farine Ottofile Bianco, Pignoletto Rosso e Nero Spinato. Oltre alla coltivazione agricola, allevano api per la produzione di miele locale al 100% naturale.	fraz. San Sudario 30, Magnano	3391018807	https://www.labessanocciole.it/azienda.php	SI
Azienda Agricola Enrico Covolo	Enrico Covolo	Frutteto	Produzione di centinaia di varietà di mele, pere, uva e kiwi, che vengono poi conservati in grotte sotternaee di 14 metri di profondità. Da oltre 30 anni riproduce e vende alberi di 250 antiche varietà di meli recuperati. Produzione di zafferano da un territorio, recuperato grazie ad una bonifica. Dal 2015 vi è un laboratorio per la gestioone della sfioriturra e dell'essicazzione degli stimmi. Ad oggi la sperimentazione con la coltivazione di carciofi e fave.	Piazza B.Sella 24 - Coggiola 13863 (BI)	3472454335 ilvecchiomelo@libero.it	http://www.gasbiella.org/index.php/ordini/10-fornitori/55-azienda-agricola-covolo	SI
Azienda Agricola Fazia Mario	Fazia Mario	Allevamento di capre, pecore e suini	Mario abita con la sua famiglia in una frazione di Pettinengo, dove alleva una trentina di capre, alcune pecore e due maiali. Oltre alla stalla la fattoria comprende un piccolo laboratorio caseario per la produzione di formaggi caprini ed una cantina per la loro stagionatura. Le capre pascolano liberamente nei boschi che circondano l’abitazione e le pecore brucano l’erba scartata dalle capre, contribuendo così a tenere puliti i campi. I maiali mangiano, oltre al resto, anche il siero di scolo dei formaggi prodotti. Dall'Azienda si possono degustare formaggi caprini, quali robiole e tome, e prodotti derivati dal latte di capra, quali crema dolce e spalmabile.	Via Biella, 12 13843 Pettinengo (BI)	gasbiella@gasbiella.org	http://www.gasbiella.org/index.php/10-fornitori/18-azienda-agricola-fazia-mario	NO

Azienda Agricola La Bruera	Umberto Scopel	Allevamento di suini e vendita di prodotti alimentari	Allevamento e macello di suini cresciuti in azienda per creare salumi naturali della tradizione Biellese. Gli animali vengono nutriti solo con alimenti coltivati nella stessa azienda. I prodottti sono in vendita presso lo spaccio aziendale e nei numerosi mercatini a cui partecipano, tra le specialità dell'azienda vi è la tipica produzione della paletta biellese e il salame di patate.	Via Castellengo 69, Cossato	3358304906 umbertoscopel@gmail.com	http://labruera.it/?fbclid=IwAR0uzfSNwr4OeEPu1aTjUFp9gX8mWbQTSvYTAaO38iFZbmPcwsS8fOMKs0s	SI
Azienda Agricola Lavino Zona	Federico Pelliccioli	Birra	Azienda speciallizata nella produzione artigianale di birre grazie alla propria coltivazione del luppolo e dell'orzo. Negli ultimi anni si sono aggiunti altri prodotti come le mele disidratate, rese possibili per la coltivazione di una varietà autoctona di mele dette "ruggine"; infine anche il trattamento delle castagne ricavandone sia farina che il prodotto secco.	Frazione Bulliana 6, Valdilana	3294035640 azienda.lavino@gmail.com	https://www.lavinozona.com/	SI
Azienda agricola L'Orto D'Asporto	Zegna Federico	Coltivazione di ortaggi	Azienda produttrice di ortaggi di stagione coltivati con il massimo rispetto dell'equilibrio naturale del terreno e dell'ecosistema che lo compone. Non utilizzano fertilizzanti, nè chimici nè organici, ma i trattamenti derivano da derivati naturali ammessi in agricoltura biologica. La coltivazione viene seguita in ogni suo passaggio con un'attenta selezione dei semi. Di recente hanno aperto un laboratorio di cucina che ha permesso di ampliare al massimo l'utilizzo delle risorse, producendo sughi, passate, composte e confetture, relaizzando anche piatti di gastronomia agricola.	Via Kennedy 48, Cerrione - fraz. Vergnasco	3334788380 lortodasporto@gmail.com	http://www.lortodasporto.it/	SI
Azienda Agricola Manenti	Chiara Manenti	Coltivazione	L'azienda nasce nel 1981 con l'obiettivo di studiare la possibilità di produrre senza l'utilizzo di prodotti chimici. Azienda che abbraccia fin da subito la Certificazione Biologica, con la caratteristica particolare è quella di mettere in atto metodi di coltivazione innovativi. La produzione dell'azienda si basa su una vasta gamma di ortaggi di stagione, frutta fresca, conserve salate e dolci e succhi di frutta naturali al 100%.	Via Parrocchiale 3, Sostegno	3703322547	https://www.aziendagricolamanenti.it/index.html	SI
Azienda Agricola Massimo Pastoris	Massimo Pastoris	Vigneto	Si produce Erbaluce, in declinazione Passita, Tradizionale e Spumantizzata, ed il Nebbiolo, in una delle più storiche vigne della zona, ex podere dei Nobili del Castello di Roppolo	Via Sordevolo 1, Biella	3505039584 pastoriswine@gmail.com	https://pastorisvini.com/	SI

Azienda Agricola Pozzo	Claudia Pozzo	Vigneto	L'Azienda Agricola Pozzo coltiva i suoi 4 ettari di vigneti nel territorio del comune di Viverone , il cui terreno di origine morenica e il clima mite favorito dal lago omonimo donano ai grappoli particolari profumi e sapori. L'Azienda è condotta con attenzione particolare a tutti i processi di produzione, di lavorazione e di rispetto per l'ambiente e il territorio. I vigneti sono tutti di proprietà, alcuni ereditati dai nonni e impostati a pergola, altri di nuovo impianto con il sistema a spalliera. Oltre alle viti, coltiviamo in particolare kiwi, zafferano, ulivi, nonché frutta e verdura.	Via Marchese Gattinara 22, Viverone	3494271727	https://www.facebook.com/aziendagricolapozzo/	SI
Azienda Agricola Rosso Baietto	Paola Rondolotto	Allevamento di bovini	Allevamento di solo bovini di Pezzata Rossa d'Oropa una razza in via di estinzione, perché non così produttiva rispetto ad altre razze. E' adatta ai pascoli dell'azienda e non necessita di particolari integrazioni alimentari. Il latte viene trasformato tutto nel piccolo caseificio aziendale, viene prodotto burro a latte crudo dell'Alto Elvo e formaggi, ma in particolare è stata recuperata la ricetta della ricotta stagionata e affumicata.	Cascina Castagnolio 2, Netro	015 65295 / 3489738993 info@formaggi-tipici.it	https://www.campagnamica.it/la-nostra-rete/fattorie/azienda-agricola-rosso-baietto-arcangelo/	SI
Azienda Agricola Tibaldi	Daniela e Michele Tibaldi	Allevamento di galline	A conduzione familiare dal 1985 e da qualche anno si occupano di allevamento di galline ovaiole nelle campagne sotto le mura del Ricetto di Candelo. Vengono allevate due razze di galline ovaiole: - le Hy Line, la classica gallina dal piumaggio rosso che depone le uova a guscio marrone. Sono le uova più comuni che si adattano a tutti gli usi in cucina. - le Livornesi, dal piumaggio candido che depongono uova completamente bianche, ma con un tuorlo più grande e più rosso.	Via Mulini 64, Candelo	3331161825 / 3382414385 tibaldicandelo@tiscali.it	https://mosca1916.it/storie/daniela-e-michele-uova-biellesi-extra-fresche/	NO
Birra Elvo	Josif Vezzoli	Birra	Ha origine nella valle omonima alle pendici del Monbarone, pratica una produzione artigianale di dodici tipologie di birra diverse, in prevalenza seguendo lo stile tedesco, ma una in particolare, la Bi - Common, è realizzata con una ricetta condivisa con gli altri tre birrifci artigianali biellesi.	Via Casale Gatto, 12 - loc. Vagliumina, Graglia	3357719211 jvezzoli@me.com	www.birraelvo.it	NO
Ca' nel Bosco	Barbara e Paolo	Allevamento di capre	Azienda Agricola a conduzione famigliare, dove la semplicità e la genuità sono alla base del loro progetto di produzione. Si tratta di un'azienda che alleva capre di razza Saanen, con la quale si producono formaggi di capra di alta qualità. Tra i formaggi caprini risaltono per la loro unicità il Grana di Capra, la toma caprina allo zafferano, la toma alle castagne e la toma ai mirtilli.	Frazione Gila 25/b, Portula	349 8015473	http://agricanelbosco.it/	SI

Cascina Bozzola	Marco Maffeo	Frutteto	L'azienda ricerca antiche varietà frutticole sia nelle valli presso Biella, sia in altre zone, ha origine nel 1914. Dispone di un ricco assortimento di varietà di mele (circa 700), molte provenienti dalle regioni alpine, nonché anche di antiche varietà di pere (circa 250), pesche, ciliegie, susine e frutti minori o desueti. L'obiettivo è quello del recupero di piante madri, in particolare di meli e peri, in modo tale da non perdere la varietà di risorse frutticole per la quale un tempo Biella eccelleva.	Via Frassati 13, Occhieppo Inferiore	3383549824 marco-maffeo@libero.it	http://www.gasbiella.org/index.php/10-fornitori/17-cascina-bozzola-di-marco-maffeo	NO
Cascina Torrine	Enzo Nicolello	Ristorante, soggiorno ed essenziario	La Cascina è situata nelle campagne del basso biellese, dove si può vivere intere giornata a contatto con la natura ed animali, oltre a gustare la cucina di montagna presso la loro cucina. Ha una particolarità: quella di possedere un essenziario, ovvero una zona con vastissima quantità di piante aromatiche particolari, ortaggi antichi e inusuali, nel quale lo scopo è quello di salvaguardare le varie essenze. Dal 2009 diventa agriturismo con l'inserimento di una cucina e nel 2011 è accreditata come Fattoria didattica dalla Regione Piemonte.	Via Campi di Giugno, 47, Cavaglià	0161 966893/3356899938 info@cascinatorrine.com	www.cascinatorrine.com	NO
Cascina Vica	-	Soggiorno	Residenza dei suoceri che facevano gli allevatori di mucche da carne e da formaggio, dopo la loro mancanza la cascina è stata trasformata in una cascina dove si può alloggiare e vedere la stalla e gli orti retrostanti. La vecchia stalla è stata mantenuta in funzione per offrire ai visitatori quell'atmosfera nella quale si abitava un tempo; il cibo veniva prodotto e consumato nello stesso luogo, così come adesso dove la colazione comprende latte e yogurt della cascina. La posizione di Cascina Vica, immersa in grandi prati verdissimi, dona una vera e propria pace dei sensi, apprezzando il senso della natura incontaminata.	Via Silvio Colli 34, Frz. Lorazzo Inferiore - Andorno Micca	015 33005	https://cascina-vica.business.site/	NO
Cooperativa Agricola La Baraggia	-	Riso	Costituitasi nel 1973, conduce in forma associata una superficie di circa 600 ettari, alla produzione di riso (varietà Carnaroli, Sant'Andrea e Baldo) di cui circa 30 ettari sono a riso DOP; 100 ettari sono destinati alle produzioni di cereali. Il resto del territorio è destinato al pascolo recintato per l'allevamento di vacche da carna di razza Limousine (170 capi).	Via XXV Aprile 15, Frazione San Giacomo - Masserano	015 99445 info@cooplabaraggia.it	www.cooplabaraggia.it	NO

Cooperativa Raggio Verde ONLUS	-	Commercio equo solidale	E' impegnata dal 1997 nel commercio equo e solidale, potete trovare catering bio-equo, confezionamento di bomboniere per tutte le occasioni, merchandising e molto altro. Allestono mercatini e banchetti e dispongono di cinque botteghe a Borgomanero, Cossato, Verbania, Cannobio e Borgosesia, conducendo allo stesso tempo tre diversi progetti di importazione in Mozambico, in Brasile ed in Kenya.	Via Q. Sella 16, Vigliano Biellese	015 980293 / 3470572000 info@raggioverde.com	https://www.raggioverde.com/	NO
Covolo	Enrico Covolo	Frutteto	Produzione e vendita di circa 250 varietà di meli recuperati in collaborazione con il pomologo Marco Maffeo. Principale, però, è la produzione di zafferano, grazie all'acquisto e bonifica di ampi terrazzamenti abbandonati. Il recupero del territorio ha innestato una filiera di operatori e una nuova micro - filiera. Di recente si è avviata la sperimentazione nella coltivazione di carciofi	Piazza B. Sella, 24 Coggiola	347-2454335 ilvecchiomelo@libero.it	http://www.gasbiella.org/index.php/10-fornitori/55-azienda-agricola-covolo	NO
Distelleria Marchisio	Pier Carlo Marchisio	Grappe	La distilleria Marchisio ha iniziato da poco la sua attività . Su tutte le etichette dei suoi prodotti compare il termine “branda” che in dialetto piemontese significa appunto ” grappa“. Le grappe sono prodotte con un piccolo alambicco tradizionale in rame da litri 120 con la capacità di contenere fino a 55 chili di vinacce, scaldato dal fuoco a legna. Si utilizzano solo vinacce esclusivamente di monovitigno del Piemonte e nello specifico della zona (biellese e vercellese).	Frazione Scaglia, 1; 13833 Portula	3331315591	https://www.facebook.com/DistilleriaMarchisio/	SI
Donegà Raffaella	Donegà Raffaella	Coltivazione e ristorante	Ampi campi ed orti seminati da mani sapienti e familiari permettono la vendita diretta di ortaggi e frutta coltivati in modo naturale, nati nel rispetto della stagionalità dei prodotti, senza impiego di additivi chimici. Nel 2007 integra l’attività, inaugurando lo spaccio agricolo ed il laboratorio di trasformazione, dove vengono preparati piatti di gastronomia locale da asporto, (particolare è il Palpitun di Mongrando), frutto di ricette della tradizione e dell’utilizzo di frutta e verdura di propria produzione o di ingredienti accuratamente scelti nelle piccole aziende del nostro territorio.	Via Marconi 7, Mongrando	015 667903 raffaella.donega@gmail.com	https://autentic.it/esercente/azienda-agricola-donega-raffaella/	NO
Forno Frangipane	Manuel Poli e Daniela Manfredelli	Panetteria	Frangipane è un forno "controcorrente", che produce pane con farine biologiche, da cereali coltivati principalmente in Piemonte e nel Biellese, macinate a pietra; a lievitazione naturale con antica pasta madre e cotto in forno a legna. Il loro obiettivo è quello di ritornare alla tradizione dell'autosufficienza della panificazione per riattivare nuove filiere. Grazie all'adesione alla Rete Agricola Biellese riescono a portare sulla tavola dei Biellese il loro pane prodotto quotidianamente.	Via Piane 26, Mosso	348 5491021 / 347 4530367 frangipane.mosso@gmail.com	https://www.facebook.com/Reteagricolabiellese/posts/1242221042604988/	NO

Frutteto di Bersej	-	Frutteto	Massimo produttore di frutta della zona dal 1800, data la sua collocazione che vanta di avere una favorevole esposizione al sole ed un clima ottimale per la crescita delle piante. I prodotti seguono sempre la stagionalità della frutta, i quali sono realizzati presso il loro laboratorio. Vengono realizzate confetture, mostarde, aceti di mele, succhi di frutta, cugnà (prodotto con il mosto del Nebbiolo), gelatine, sciroppi e i rinomati canestrelli di Crevacuore.	Frazione Granero 120, Portula	015 7680111 / 3420509554 ilfruttetodibersej@gmail.com	www.ilfruttetodibersej.it	SI
Idromele Biellese	Alessio Vaccari	Idromele	L'idromele, dal greco Hydor (acqua) e meli (miele), è la bevanda alcolica fermentata più antica del mondo. Il Biellese, compreso tra la pianura e le montagne, passando per verdi colline, è un luogo perfetto per l'apicoltura, anche grazie alla qualità dei suoi ambienti naturali. Partendo da straordinarie materie prime, grazie alla lavorazione artigianale in piccole quantità e procedure mirate alla massima qualità del prodotto finale, si ottiene un idromele di assoluta eccellenza.	Casale Trucchi, Zubiena	3403931593	https://www.idromelebiellese.it/	SI
La Crava Cuntenta	Manuela Zegna	Formaggi e soggiorno	La forza dell'azienda deriva dall'ospitalità e dalla produzione giornaliera di prodotti caseari delle capre che vivono in piena libertà l'azienda. La lavorazione del latte è "a crudo" dando la possibilità di ottenere numerosi tipi di formaggi, come il caprino, il formaggio bianco, la robiola, il caprettino, il primo sale, toma e tomini, ricotta e yogurt. All'interno dell'azienda è possibile sia soggiornare che prendere parte alla produzione dei prodotti grazie ad attività didattiche offerte.	Località Cascina Cottignano 1, Masserano	3924046557	http://www.cottignano.com/index.htm	SI
La Soleggiata	Michael Silverman	Frutteto	Un'azienda agricola specializzata nella coltivazione di alberi di melo e nella produzione di mostarda di mele, secondo l'antica ricetta. Nasce nel 2015 sotto il desiderio di cambiare stile di vita e dedicarsi alla natura, coltivando quattro ettari di meli La Soleggiata vanta una ventina di prodotti a base di mela che realizza grazie al suo laboratorio come base per produrre prodotti buoni e sani.	Via Libertà 15, Cerrione	380 793 5043 info@lasoleggiata.it	https://www.lasoleggiata.it/	SI
L'APEritiva	Cristian Maffeo	Miele e derivati	Apicoltura nomade certifcata biologica nasce nel 2014, produce miele biologico biellese (acacia, castagno, millefiori, tiglio, flora alpina, rododendro), idromele dolce, grappa Revelchion aromatizzata al miele	Via A.Martinotti 24, Camburzano	377 280 5726 info@laperitiva.it	https://www.facebook.com/laperitiva/?ref=page_internal	SI

Locanda Campiglia Rosazza	Simona Pisciotta	Ristorante	La cucina proposta si basa su un uso costante di materie prime di alta qualità che riproducono la tipca cucina di montagna: per questo si affidano a produttori di comprovato valore come la macelleria Mosca di Biella per carni e salumi, il Caseificio Rosso per i formaggi e l'azienda agricola Cerruti del Monferrato per i vini sfusi. Vi è un utilizzo di farine di piccoli mulini per avere fragranza genuina per il pane e i dolci, farina di mais macinata a pietra per la polenta.	Strada Federico Rosazza - Campiglia Cervo (Bi)	015 8853220 / 337247440 galleriarosazza@yahoo.it	https://galleriarosazza.com/locanda/	SI
Menabrea	Vendita della tipica birra prodotto a Biella	Birra	Menabrea è una marca di birra che viene prodotta dalla omonima azienda la cui sede storica e il birrificio sono localizzati a Biella. Accanto al birrificio si trova Casa Menabrea, il Museo della Birra, che illustra il processo di produzione della birra, la storia dell'azienda e della famiglia che la guida da cinque generazioni, attraverso un'esposizione di utensili, macchinari, strumenti, cimeli, documenti, bottiglie, pubblicità che hanno accompagnato la storia di Menabrea.	Via Eriberto Ramella Germanin 6, Biella	015 2522435	https://www.birreriamenabrea.it/	NO
Mulino e B&B Ottino	Pietro Ottino	Cereali e farine	Il vecchio mulino conta due macine attualmente operative, come impianto nasce elettrico: un motore aziona la trasmissione e questa ingrana le macine. Vengonno prodotte farine di mais, grano saraceno, farina Taragna, ovvero un mix delle due farine, di segale, di frumento, di riso, di farro e di castagne.	Via Campi 3, Magnano	337247246	https://www.mulinoottino.it/	SI
Rapa Giovanni	Rapa Giovanni	Ratafià	Giovanni Rapa nel 1880 si occupa all produzione del Ratafià, raccogliendo la tradizione dalle antiche storie leggendarie legate a questo prodotto, risalenti all'anno Mille. Rapa studioso di piante, fiori ed erbe aromatiche, inizia con il Ratafià di ciliegie nere. Viene fondato l'omonimo liquorificio in Valle Cervo; ad oggi sono tantisssime le bottiglie di liquore che vengono prodotte che riforniscono numerosi bar e ristoranti locali. Tra questi Ratafià possiamo trovare quello al: ciliegie nere, noci, grappa e miele, ginepro, albicocca, erbe aromatiche e tanti altri.	Via G. Cantono 13, Andorno Micca	015 473605 info@liquorificiorapa.it	http://www.liquorificiorapa.it/	NO

Ristoranti							
Nome	**Tipologia**	**Descrizione**	**Indirizzo**	**Contatto**	**Orari**	**Sito**	**Adesione a Slow Food Montagne Biellesi**
Antica Locanda Galleria Campiglia Rosazza	Ristorante	La Locanda Antica sorge sull'importante strada di collegamento tra le due valli Oropa e Cervo e la galleria che le unisce sotto al colle della Colma. Era il 1800 quando si iniziò a discutere sul turismo biellese e su come la strada potesse potenzialemente permettere scambi commerciali. La cucina che la Locanda propone è una cucina semplice di montagna che usa prodotti tipici del territorio circostante e biologici; i formaggi di mucca salumi e carni vengono forniti dall'Azienda Agricola Cascina degli Eremiti, i formaggi di capra dall'Azienza Agricola Ca d'Andrei, mostarda di mele dall'Azienda Agrciola La Soleggiata. Un piatto di punta è antico biellese, sciule masie, a base di cipolle ed erbe aromatiche.	Via Federico Rosazza, Rosazza	015 8853220 / 337247440 galleriarosazza@yahoo.it	-	-	SI
Foodopia	Ristorante vegetariano	Ristorante nato per chi ama la Terra e chi ama stare bene, così lo definisce Marta Foglio, giovane chef e proprietaria, aggiungendo che il cibo è il filo che ci unisce in un mondo dove uomo e antura sono in equilibrio. Foodopia vuole essere l'occasione di diffondere la cultura gastronomica biellese, che viene fatto sia attraverso la sua cucina, sia mediante il negozio, dove è possibile acquistare i prodotti locali con il quale realizza i suoi piatti, sia con corsi ed eventi per trasmettere la tradizione. La valorizzazione in questo caso è sinonimo di protezione e custodia.	Via Caduti per la Patria 39, Pollone	3481521460	Mar - Sab: 09:00 - 14:00; Dom - Lun chiuso	https://www.facebook.com/foodopiabiella/	SI
Frangipane forno controcorrente	Panetteria	Frangipane è un forno "controcorrente", che produce pane con farine biologiche, da cereali coltivati principalmente in Piemonte e nel Biellese, macinate a pietra; a lievitazione naturale con antica pasta madre e cotto in forno a legna. Si avvalgono della collaborazione con aziende biologiche locali, utilizzano solo pasta madre e la cottura avviene in un moderno forno a legna collocato in un locale nuovo e luminoso.	Via Piane 26, Mosso	3485491021	Mar - Gio - Sab: 08:30 - 12:30; Lun - Mer - Dom: chiuso	http://www.gasbiella.org/index.php/10-fornitori/42-forno-frangipane	SI
Il Vecchio Peo	Ristorante - pizzeria	Ristorante e pizzeria che ripropone la cucina piemontese utlizzando solo prodotti locali. Si possono degustare diversi specialità biellese come la pizza alla paletta di Biella, formaggi e tome fresche, maccagno e la mostarda di mele renette, realizzata attraverso l'antica ricetta tradizionale. In particolare, previa prenotazione, in modo da proporre un prodotto sempre fresco, vengono realizzati i piatti tipici biellesi che richiedono tempi di cottura molto lunghi, come il riso latte e castagne o la cottura del brasato.	Via Giorgio Cantono 33, Andorno Micca	015 472037	Lun - Ven: 12:00 - 14:30 / 18:00 - 23:00 Mar chiuso	https://www.facebook.com/Il-Vecchio-Peo-106148590962824/menu	NO

La Taverna del Gufo	Ristorante	Una villetta di campagna a pochi km da Biella immersa in un giardino. La cucina è tipicamente casalinga con piatti della tradizione piemontese e biellese, rivisitati in chiave stagionale. Si forniscono dai piccoli produttori locali per valorizzare il territorio e le etichettte locali, premiando la piccola produzione di qualità. La Taverna è specializzata poi nella realizzazione a mano di diversi tipi di pasta fresca, come i ravioli ai tre arrosti o gli gnocchetti alle erbe spontanee. La Taverna del Gusto è inoltre segnalata nella guida delle Osterie di Slow Food.	Viale Adriano Caralli 6, Occhieppo Inferiore	3398350679	Merc - Dom: 12:30 - 14:00 - 20:00 - 22: 30; Lun - Mar: chiuso	www.tavernadelgufo.it	SI
Locanda Borgo Antico	Ristorante	Offre una cucina tradizionale e casalinga con un'attenta valorizzazione dei prodotti del territorio e della loro stagionalità. Le parole d'ordine cucina sono tradizione e territorio, utilizzando materie prime a km0. Le farine utilizzate nella preparazione dei piatti provengono dal Mulino Ottino di Magnano; il pane ed alcuni prodotti da forno vengono forniti dal Monastero di Bose; mentre il miele proviene da un produttore locale posto a soli 110 metri dalla Locanda; infine vengono vendute delle birre artigianali locali prodotte dal birrificio "Un Terzo" di Candelo.	Piazza Comunale 2, Magnano	015 9756337 borgoantico. serra@gmail.com		https://www. locandamagnano.it/	SI
Osteria Due Cuori	Ristorante	L'Osteria nasce nel 2009 ed è un'attività familiare gestita da tre fratelli, che nel 2001 aprirono Biella Piazzo, il primo concept store d'Italia. Il ristorante si inserisce nella guida Slow Food d'Italia, pluripremiato dalla Cucina Italiana, dalla Guida Bell'Italia e altri. Di rilevante importanza è la promozione dei prodotti locali biellesi che riesce ad offrire attraverso i suoi piatti, utilizzando ad esempio materie prime come il burro di latte crudo, dell'Azienda Agricola locale Rosso Baiettto, e fornendosi di carne da filiere corte del territorio.	Piazza della Cisterna 10, Biella	015 30145 dellavalleannamaria189@gmail.com	Lun: chiuso; Mart - Ven: 19:30 - 22: 30; Sab - Dom: 12:30 - 14:30, 19:30 - 22:30	https://www. osteriaduecuori.it/	SI
Ristorante Baracca	Ristorante	Ristorante tipico piemontese che nella sua vastità di piatti sulla carta propone anche a tavola la tradizione biellese, particolare di questo locale è il riso in Cagnone. Il ristorante inoltre cerca di rispettare l'ambiente e la sostenibilità dei prodotti scegliendoli sempre di stagione, fornendosi da produttori locali.	Via Sant'Eusebio 12, Biella	015 21941 info@baraccaristorante.it	Lun - Ven: 12:00 - 14:15 / 19:30 - 22: 00, Sab - Dom: chiuso	https://www. baraccaristorante. it/contatti.html	NO
Ristorante Caffetteria del Chiostro	Ristorante	I visitatori potranno approfondire la conoscenza del territorio biellese attraverso la cucina-Caffetteria del Chiostro, per poi visitare il Museo del Territorio Biellese. La cucina è rivisitata in chiave antropologica da un cuoco motivato nel riproporre antichi piatti della tradizione delle Prealpi Biellesi, oggi dimenticati. Alcuni esempi: Polente di cereali antichi – Cuciarin di grani microclimatici (pasta fresca) - Balot: palla di polenta farcita di Macagn (presidio Slow Food) e burro - Tacun dla pulenta – Gnocchi di tomini al verde di aglio selvatico con Burro giallo dell'Alto Elvo (presidio Slow Food) – Beddu (formaggio tipico di Sant'Eurosia) con crescione selvatico.	Via Quintino Sella 59, Biella	3473225548	Mar - Dom: 08:00 - 23: 00; Lun: chiuso	https://www. museodelterritorio. biella.it/la-caffetteria/	SI

Ristorante Garden	Ristorante	L'obiettivo del Ristorante Garden è da sempre quello di valorizzare la cucina piemontese, attraverso l'utilizzo di prodotti dei presidi Slow Food. Oltre alla presenza di eccellenze gastronomiche il ristorante si rifornisce presso l'adiacente Banca del Vino, selezionando i migliori vini provenienti da ogni parte del Mondo custodite nelle volte di mattone delle cantine di Pollenzo.	Via Fossano 21, Frazione Pollenzo	0172 458600 m. biancotto@slowfood.it	Lun - Dom: 12:30 - 14 / 19:30 - 21:30	https://www.albergoagenzia.it/ristorazione/	NO
Terra Anima e Cucina	Ristorante vegetariano	Il motto del ristorante è "piatti del terrtiorio con ingredienti del territorio", si servono da agricoltori che coltivano senza uso di pesticidi. Particolare è lo studio che la proprietaria ha affrontato sull'utilizzo delle erbe spontanee, le quali, grazie ai pascoli e all'orto riesce a reperire quotidianamento ed integrarle all'interno della sua cucina vegetariana, ogni piatto ha un'erba spontanea da poter abbinare. Grazie al rifornimento giornaliero di prodotti caseari, è possibile realizzare "un san carlino" rivistato, con l'aggiunta dell'achillea. Infine il ristorante si cimenta anche nella rivisitazione della tradizione culinaria biellese, è noto per le sue particolati "Caramelle di polente concia" aromatizzate con timo. Altre ricette prevedono l'utilizzo delle castegne di Bagneri e la mantecatura attraverso il burrro dell'Alta Valle Elvo ed il miele di produzioni locali limitrofe.	Regione Bossola 12/A, Netro	3396516780 / 3481614579 info@terranimaecucina.it	Lun chiuso	https://www.facebook.com/terranimaecucina/?ref=page_internal	SI
Trappa di Sordevolo	Ristorante	Storico edificio sito in Alta Valle Elvo, costituisce per i visitatori del territorio un ottimo punto di sosta e di ristoro, immerso nella natura tra betulle e castagneti, offre da qualche anno la possibilità di poter rivivere un luogo che appartiene ad un'altra epoca. L'orto, la piccola vigna a terrazzamenti e la stalla sono tutte attività che fanno riaffiorare l'identità della vita dei frati trappisti che vi abitavano. La cucina del ristorante attinge dall'orto e riproduce la tipica cucina biellese di montagna, taglieri di formaggi e salumi locali, come la paletta biellese, piatti caldi come la polenta concia o primi piatti mantecati con il maccagno dominano il menù, concludendo con una piccola produzione di liquori aromatici realizzati con le erbe del loro orto.	Regione Vanei, strada Trancina	349 3269048 coordinatore@ecomuseo.it	-	https://www.facebook.com/trappadisordevolo	NO
Trattoria D'Oria	Ristorante	Nel mondo della ristorazione dal 1989, la famiglia D'Oria nel 2008 dopo una ristrutturazione di uno storico edificio del XIV sec, ha aperto la Trattoria D'Oria davanti alle mura del Ricetto Medievale di Candelo. Le varie salette interne con volte con mattoni a vista ed il cortile interno per la stagione estiva all'ombra delle mura, assicurano una piacevole sosta. La loro idea di cucina piemontese è usare prodotti di qualità e di stagione e proporre una cucina del giorno; inoltre, si svolgono anche eventi di degustazione di vini biellesi.	Via Mazzini 15, Candelo	015 2538469 / 3316648072 info@trattoriadoria.it	Merc - Dom: 12:00 - 14:00 / 19:30 - 22:00 Lun - Mar: chiuso	http://www.trattoriadoria.it/	NO

Progetti e associazioni					
Nome	**Referente**	**Descrizione**	**Indirizzo**	**Contatto**	**Sito**
EDGA	Pietro Ganni e Marco Maffeo	Si occupa del recupero a livello storico inirente dell' etnobotanica e della diffusione di informazione sull' argomento	Via Frassati 13, Occhieppo Inferiore	pie.ganni92@gmail.com marco-maffeo@libero.it	https://www.biellainsieme.it/no_profit/edga-association-ethnobotany-and-gastronomic-diversity-in-the-alps-biella-department/
Eno Good	Michele Di Biase	Un servizio per coloro che vogliono sulla tavola cibo di qualità agricola, fresco e disponibile tutti i giorni. Raggiungono i produttori, prepariano la spesa ed in giornata spediscono i prodotti ai clienti a domicilio. EnoGood e Produttori formano il primo mercato agricolo virtuale biellese pensato per le esigenze di tutti i giorni.	Via provinciale per vaglio 4, Zumaglia	enogood1@gmail.com / 3404169598	https://www.enogood.com/
Gruppo di Acquisto Solidale Biellese (GASB)	Mauro Ronzani	E' un gruppo di persone che decide di riunirsi per riflettere sui consumi e sugli acquisti dei prodotti biellesi. Perseguono i principi di solidarietà e di minimizzazione dell'impatto ambientale, cercando di far acquistare i prodotto secondo criteri ecologici. Il loro metodo è quello di portare la spesa ai biellesi favorendo uno scambio tra prodotti locali e di condivisione su tematiche che interessano il territorio.	Via Serralunga 41, Biella	gasb@gasbiella.org	http://www.gasbiella.org/
L'Agricultura aps - Bosco dei Piccoli, bosco dei Grandi		Nasce nel 2015 con lo scopo di ricreare relazioni di collaborazione tra le persone per aiutare a vivere più in armonia nella natura. Aiutando i bambini a scoprire i loro talenti innati e sostenendo gli adulti nella realizzazione di una vita felice, diritto imprescindibile di ogni essere umano. All'interno di questa associazione ci sono due progetti: "Il Bosco dei piccoli", progetto socio-culturale, e "Il Bosco dei Grandi", scuola parentale per bambini dai 6 agli 11 anni.	Frazione Borgo 45, Veglio	agricultura.bosco@gmail.com	https://www.lagricultura.com/
Harambee	Mauro Lombardi	Associazione temporanea di scopo che opera con "La rete" ed il Gruppo di Volontariato San Giovanni Bosco di Verrone. Aiuta soggetti in condizioni fragili offrendo opportunità lavorative ed un sostegno umano economico finanziario. Un altro obiettivo è quello di favorire la formazione di gruppi, tali che si aiutino a vicenda in situazioni di difficoltà. Uno dei progetti recenti è stato quello di mettere a disposizioni degli orti, che hanno permesso la coltivazione di diversi olrtaggi, realizzando un'esperienza educativa di rilevante portata.	Via Novara 4B, Biella	maurolombardi60@tiscali.it / 3351892666	https://www.facebook.com/Harambee-APS-100759378304075/

Scuola Senza Pareti	Giuseppe Pidello e Nazarena Lanza	E' una scuola diffusa che nasce in territorio biellese per un forte bisogno di comunità da parte delle persone che ci vivono e, in particolare, dall'incontro dei nostri otto protagonisti: un architetto, una cuoca, un'antropologa, due casare, un agronomo, un formatore e una laureata in scienze del turismo.	-	coordinatore@ecomuseo.it / 349 3269048	https://www.italiachecambia.org/2021/04/scuola-senza-pareti-dove-giovani-fanno-ripartire-territorio/#:~:text=La%20Scuola%20senza%20Pareti%20%C3%A8,una%20laureata%20in%20scienze%20del
Slow Food Travel Montagne Biellesi	Nazarena Lanza	E' un progetto di Slow Food che ha obiettivo la crescita di un turismo sostenibile, che accompagni il visitatore alla scoperta dei cibi, delle persone che li producono e dei luoghi distintivi dei paesaggi biellesi. Di recente è stata realizzata una mappa stilizzata ed una lista delle strutture che hanno aderito al progettto, che si impegnano a valorizzare il territorio fornendo tutte le indicazioni necessarie per una piena esperienza delle montagne e dei paesaggi del Biellese, coinvolgendo il visitatore in un soggiorno che lega il piacere per il cibo alla cultura e alla convivialità.	montagnebiellesi@slowfoodbiella.it	n.lanza@slowfood.it	https://slowfoodtravel.biellese.net/it/
TerreAbbanDonate	Armona Pistoletto	Lo scopo di "Terre AbbanDonate" è fare incontrare domanda e offerta per la lavorazione dei campi che sono stati abbandonati da proprietari, che non riescono più a prendersene cura, e da giovani agricoltori, che hanno interesse nel cimentarsi in questa nuova attività. Il progetto lavora attraverso una piattaforma che mette in condivisione le informazioni ed i contatti, in modo tale che i soggetti riescano ad incontrarsi.	Via Serralunga 27, Biella	terreabbandonate@gmail.com / 015 28400	https://www.terreabbandonate.com/
Associazioni Amici di Bagneri	Gilberto Ricolfi	Costituita il 3 febbraio 1994 per venire in aiuto alle varie iniziative scouts già avviate, per perseguire obiettivi ben definiti: la valorizzazione del territorio denominato Bagneri in comune di Muzzano (Biella) attraverso la solidarietà nei confronti degli abitanti e la condivisione dei loro problemi; l'educazione dei ragazzi e dei giovani ai valori della civiltà contadina e montanara con il recupero delle attività tradizionali; l'utilizzo di immobili abbandonati per salvaguardare i valori paesaggistici e per utilizzarli al servizio della Comunità	Frazione di Bagneri, Muzzano	3396881717	http://www.bagneri.it/pag/B31_amici_stat.html

ColtiViVIamo		Nasce nel 2014 a Roppolo (BI), si occupa di recupero dei terreni incolti, sostegno al reddito di persone in difficoltà e promozione della filiera corta. Sta riportando a coltura diversi piccoli appezzamenti a Roppolo, Viverone e Occhieppo Inferiore, facendo della solidarietà e del rispetto per la Terra il proprio codice di condotta. ColtiViViamo è parte dei Progetti di Pubblica Utilità che hanno portato ai percorsi del Buon Cammino intorno al Lago di Viverone.	Roppolo, Biella	coltiviviamo@gmail.com / 370 354 9418	https://www.facebook.com/coltiviviamo
L'Ape Speziale	Elisabetta	Azienda artigianale produttrice di sapone naturale per il corpo, mediante ingredienti naturali e biologici; ovvero: olio extravergine di oliva, cera d'api biologica, miele biologico, propoli, acqua, latte di capra biologico, olio di calendula biologico, olio essenziale biologico e biodinamico, caffé equosolidale.	Via Santuario d'Oropa 107 13900 Cossila San Grato Biella	335 6853192	http://www.apespeziale.it/
Bottega di Sordevolo	Riccardo Lunardon	Negozio che aggrega le produzioni delle piccole aziende agricole e artigiane che sono prive di un adeguato contatto diretto con i consumatori	Via Italia, 83 Biella	015 2529542	www.labottegadisordevolo.it

ALLEGATO 10

Dalla scelta degli ingredienti alla scelta degli strumenti

Per iniziare a parlare di ricette antiche è importante sottolineare che nessuna cucina si avvicinerebbe mai al sapore della tradizione se non si usassero gli strumenti adeguati. Quale cucina potrebbe mai preparare alcune pietanze, come la polenta, in pentole di acciaio con mestoli non in legno? La ricetta per essere ben conservata e protetta della sua unicità deve essere curata in ogni suo dettaglio, dal rispetto della scelta degli ingredienti locali alla scelta degli utensili da cucina idonei, che permettano il raggiungimento e mantenimento delle temperature per cucinare alla vecchia maniera. Il biellese, oltre la produzione laniera, alla dedizione per l'agricoltura e l'allevamento, è stato anche uno dei centri più importanti per la produzione di stoviglie popolari del Piemonte. A Ronco Biellese era stabilito un'importante produzione e mercato di prodotti artigianali, un successo che ebbe il suo picco massimo alla fine dell'Ottocento. In questo Comune si trova un particolare tipo di terreno, molto argilloso di colore rosso, adatto alla realizzazione di terraglie per le preparazione in cucina, tra queste zuppiere, tegami, brocche e boccali. Queste stoviglie, di color rosso terra, prendono il nome di "Bielline", per merito del loro materiale venivano usate sia per la preparazione e cottura degli alimenti, ma anche per la loro conservazione ed il loro trasporto. È vero che, con l'avvento della rivoluzione industriale, con l'avanzamento della tecnologia e dell'introduzione di nuovi tipi di materiale nel mercato, le Bielline incominciarono gradualmente a non essere né più prodotte né usate. L'ultima fornace a Ronco Biellese chiuse nel lontano

1950. Ad oggi è possibile visitare l'Ecomuseo della Terracotta dove, oltre ad un'esposizione della collezione di Bielline antiche, è possibile anche visitare il laboratorio di ceramica "La Scuola delle Terrecotte" nato con l'obiettivo di perpetuare la tradizione ronchese offrendo alle nuove generazioni uno spazio attrezzato e idoneo alla lavorazione dell'argilla.

Laboratori didattici, workshop per adulti, esposizioni, sperimentazioni, ricordando e trasformano lo spazio nel vecchio luogo di ritrovo di artisti e creativi che ridanno forma alle produzioni tradizionali con il progetto delle "Bielline 2.0". Al fine di questi laboratori i partecipanti possono portare a casa il lavoro che è stato realizzato per cuocere con le Bielline o usarle come semplici contenitori ornamentali.

Ricette dimenticate

Artoclee: antica ricetta di preparazione medievale per le feste religiose, si trattava di una torta ripiena, di carne o di verdura. La particolarità di questa ricetta era la sua cottura che veniva effettuata presso i fornai locali; questi forni erano tenuti a cuocere altri cibi rispetto ai loro prodotti di panificazione, l'artoclea seguiva un tariffario che era connesso alla qualità e alla consistenza.

Bergna: un piatto tipico che veniva preparato in alta montagna, oggi quasi introvabile, si tratta di una preparazione derivante dalla carne di capra o di pecora. La carne veniva salata a secco o trattata con erbe aromatiche locali, dopodiché veniva fatta esiccare al sole, al vento o al fuoco del camino per alcune settimane. Era il metodo più semplice per conservare le carni degli

animali del pascolo nel periodo degli alpeggi, che a seguito di cadute rovinose morivano accidentalmente.

Capunèt: la cucina povera del biellese era da sempre costituita da piatti farciti; le farce, infatti, impreziosivano ed insaporivano ulteriormente le carni o le verdure, inoltre era un ottimo compromesso di riuso degli scarti della cucina. L'antica ricetta dei capunèt prevedeva un ripieno costituito da lardo, pane, formaggio, uova, prezzemolo ed erbe aromatiche. L'usanza più diffusa era quella delle cipolle imbottite, cotte poi nelle Bielline e portate a cuocere nei forni dei panettieri.

Dolci con l'erica cinerea: sulle rive rosse di Curino sono un'area poco frequentata e poco conosciuta, perfino agli stessi biellesi, a causa della non vicinanza a strade ed essendo raggiungibile solo attraverso fitti percorsi montani. Si presenta come un paesaggio diverso da quelli delle Valli biellesi, finora citate, costituito da una vegetazione insolita come alberi che assomigliano a dei bonsai, ampi spazi occupati da piante di mirtillo e calluna. Si trova anche un'altra specie che non è comune trovare nel nostro Paese e si tratta dell'erica cinerea; è una pianta erbacea a fiori rosso violetto. La sua presenza eccezionale sul territorio risulta essere una preziosa risorsa soprattutto per gli apicoltori biellesi, che grazie al nettare di questi fiori riescono a raccogliere un ottimo miele ambrato, piuttosto raro. L'unicità sta nel periodo di fioritura che è a cavallo tra quella delle robinie e dei castagni.

Questo miele, che si produce sempre in minor quantità, veniva poi adoperato in ricette tradizionali per la preparazione di dolci.

Fiur ad ciüca: una volta questa preparazione era il tipico piatto estivo nelle campagne biellesi, ancora una volta ritorna la tecnica del ripieno per il quale si farcivano soprattutto i fiori di zucca, con un impasto trito di formaggio, verdure, erbe aromatiche, carne e salame legati con l'uovo. Ad oggi, per rivivere la tradizione, a Coggiola si svolge un campionato della *fiur pin – na*, ovvero viene premiato il fiore di zucca meglio farcito.

Fritun di trifule dla fioca: nel paragrafo precedente si era parlato di queste patate di pasta bianca che ormai sono scomparse nel territorio biellese. Legate alla loro produzione poi vi erano gli usi in cucina, tra cui una delle ricette più popolari era quella della frittata, condita con erbe aromatiche che si trovavano nell'orto e cipolle, fritte poi nel grasso d'oca, in sostituzione all'olio di oliva, che era più costoso ed introvabile nei paesi montani dove si preferiva usare burri e grassi di origine animale. La polpa di questa patata è paragonata dal dialetto biellese alla consistenza e al colore della neve, appunto "*fioca*"; quando cotta la pasta soffice si sgretola facilmente perché ben asciutta e amidacea, il che aiuta nella preparazione di ottimi gnocchi.

Gnocchi con erbe selvatiche: in questa ricetta l'ingrediente sulla quale si vuole porre l'attenzione sono le erbe selvatiche; non sempre facili da trovare, come non è più facile trovare qualcuno che abbia la pazienza di accingersi ad andare

a raccoglierle. Le erbe che si possono trovare in zone umide o nel sottobosco sono i *masuchet*, una specie riconoscibile per i suoi fiori azzurro – violacei, dal sapore delicato ma amaro. La tradizione della raccolta sta diminuendo, nella cucina si usano erbe ed aromi più comuni, facilmente reperibili; si sta tentando un recupero della consapevolezza che sul territorio vi siano risorse che potrebbero valorizzare e unicizzare i piatti, rispolverando vecchie ricette, come la più nota degli gnocchi conditi con un trito di erbe selvatiche e burro.

L'brot ad pomme: tra le tante varietà di mele che si producevano nel biellese quelle più piccole venivano usate per una ricetta toccasana per i malanni di stagione, come raffreddore, mal di gola o disturbi intestinali. Le mele venivano affettate con la buccia e fatte bollire in acqua, il succo che sprigionavano veniva poi addolcito con del miele, dato che la varietà usata era abbastanza acidula.

Matsafam: questo termine che nel dialetto biellese significa "ammazzafame" era il nome di un'antica ricetta che serviva proprio per sfamare e saziare. La ricetta consisteva nella preparazione di un dolce casalingo a base di pane raffermo e frutta stagionale, che veniva cotto tra le ceneri del camino. Un'antica panetteria a Biella lo prepara ancora secondo la ricetta tradizionale che implicava la farcitura di pere e cannella bagnato con del liquore aromatico.

Minestra di gallina e sciulle masìe: tra i piatti tipici più consumati nel biellese vi erano i piatti a base di gallina, in particolare una delle ricette che si sta

provando a riproporre è quella dell'insalata di gallina con *sciulle masìe*, ovvero cipolle appassite. Le galline che venivano consumate erano quelle ruspanti, dalla carne soda che richiedeva tempi di cottura abbastanza lunghi, capace di tirar fuori un brodo sapido dato che veniva accompagnata da diversi tipi di verdure. Da un solo ingrediente, primario e semplice come questa carne bianca, venivano fuori diverse ricette che costituivano un pasto completo; il brodo della gallina era una base preziosa per i risotti, mentre poi la carne veniva servita come secondo.

Mostarda di frutta: è una salsa tipica della cucina biellese; il nome deriva da "mosto" cioè la parte non fermentata della frutta che si adopera, il più comune è quello che deriva dal succo d'uva. Ricordando il mosto dell'uva, la mostarda si presenta di un colore abbastanza scuro, di sapore dolce e allo stesso tempo acidulo e sciropposo. La tradizione vede l'abbinamento perfetto della mostarda con piatti di bollito misto o la polenta. Correlata alla numerosa produzione di frutta nel territorio, che è stato ripetuto più volte in questo elaborato, una volta veniva prodotta in elevatissime quantità, addirittura si usavano i frutti che non erano più vendibili, perché magari battuti dalla grandine o rovinati da insetti. Il processo di preparazione della mostarda durava diversi giorni; vi erano appostiti torchi per ricavare il succo dalla polpa dei frutti, dopo di che una volta fermentato veniva messo a bollire per circa una dodicina di ore. Alcune testimonianze raccontano come la cottura della mostarda fosse un vero e proprio momento conviviale che si creava nei

rapporti di vicinato. La lunga cottura doveva dare come esito una salsa molto densa di un colore scuro con sfumature marroni e rubino; a fine cottura era uso aggiungere dei pezzi di frutta come le *pere martin sech* o cubetti di zucca o fichi, in modo tale che caramellassero e aumentassero l'aroma della mostarda. La mostarda è uno di quei pochi alimenti, che una volta chiusi in barattolo, si può conservare per diversi anni; proprio per questo, come si leggeva nel paragrafo precedente dei prodotti locali dimenticati, ha la capacità di riuscire a far estrarre l'essenza di alcuni frutti per poterli recuperare e ricoltivare.

Pasta cumudà: una ricetta vecchia di quasi un secolo che per fortuna non è stata completamente dimenticata, ma è stata oggetto di numerose varianti. In origine era una ricetta che metteva nel piatto tutti quei prodotti che un tempo potevano trovarsi sul territorio; era condita con i pomodori e l'aglio dell'orto ed, infine, salata con le acciughe. Viene chiamata *cumudà* per il suo tipo di cottura "accomodata" in padella, ovvero la pasta viene stemperata in acqua bollente, ma la sua cottura viene ultima a aggiungendo poca acqua alla volta nel sugo.

Piatto di bibe: un piatto tipico che ormai è sparito dalle tavole dei biellesi che di solito si preparava in occasione delle feste; la sua scomparsa è dovuta alla mancanza della materia prima per realizzarlo, ovvero le *bibe*, che in dialetto significa i piccoli dei rondoni. Questa specie di uccelli non migra e non nidifica più nel territorio biellese; in passato si costruivano degli appositi spazi per

accogliere il passaggio di questi uccelli, chiamati *bibere*, dove potevano depositare le loro uova. Le *bibere* costruite erano raggiungibili in modo tale da poter prelevare alcuni nidi e lasciarne alcuni. Queste carni erano molto apprezzate per la loro consistenza grassa e saporita, la preparazione che più si addiceva erano le farce o la cottura sullo spiedo.

Pum e puvrun an cumpòsta: il termine dialettale biellese "*cumpòsta*" si riferisce alla conservazione prolungata di frutta e di verdura e non alla composta che intendiamo in italiano, come sinonimo di marmellata. La tradizione biellese vedeva utilizzate nella conservazione le vinacce o soluzioni d'acqua acidulata, al contrario di oggi che viene usata più comunemente una soluzione di acqua e di aceto, che però fa perdere o invade il sapore di alcune verdure o frutta se non calibrata correttamente. La grande produzione di mele, che una volta caratterizzava il territorio, richiedeva l'ausilio di tecniche di conservazione e di pratiche di vendita diverse dalla mera distribuzione. I *pum an cumpòsta* erano delle mele, preferibilmente di varietà *rusnet*, tagliate a listarelle o intere le quali erano conservate sotto vinacce o sotto una soluzione d'acqua acidulata, che le manteneva fino alla stagione successiva. Questa tecnica faceva si che la soluzione assorbisse i tannini della frutta, che acquistava allo stesso tempo un gusto particolare, frizzante e dissetante; alcune volte venivano messe in *compòsta* delle mele ancora troppo acerbe, cosicché con questo processo di fermentazione potessero perfezionare il proprio sapore. Oltre la frutta, venivano utilizzate anche delle verdure come rape o peperoni

nel periodo autunnale, nel quale sono presenti vinacce più pregiate, ancora umide e profumate di mosto, *puvrun*, che conferiscono un gusto ancora più pungente agli alimenti conservati.

Salam dla musica: era un tipico insaccato molto sapido e aromatico prodotto da una macelleria di Vallemosso, che però purtroppo ha chiuso più di una decina di anni fa. Il suo nome particolare deriva da una storia, quando nel secondo dopoguerra la Banda Musicale di Strona aveva fatto richiesta di preparare un salame saporito che potesse farcire dei panini per poter rifocillare i musicisti. L'esclusiva preparazione era stata tramandata dal salumaio di Strona al macellaio di Vallemosso, nella frazione di Campore, che aveva raccolto i segreti della preparazione.

Sciambroja: è una delle numerose varianti di polenta concia, realizzata però con un particolare tipo di mais che è quasi del tutto sparito dalla produzione. In passato si coltivavano centinaia di varietà di mais, ma l'aumento di domanda sul mercato di questo prodotto ha assicurato la sopravvivenza solo a quelle varietà più resistenti, di rapida crescita ma di un profilo proteico nutritivo molto basso. Tra i mais tipici biellesi scomparsi vi sono la *scajola*, la *maranin-a* e l'*isula*; con questi si riusciva a realizzare la *sciambroja*, dove il connubio tra fagioli, zucca, maccagno e burro d'alpeggio se ne ricavava questa particolarissima polenta dai sapori intensi e da una granulosità unica, conferita dai piccoli grani della farina di mais. Negli ultimi anni si è però riaccesa una

speranza grazie a dei coltivatori, dediti alla tradizione locale, che stanno provando a riprendere la coltivazione di queste varietà.

Temoli al forno: un pesce scomparso dai torrenti biellesi, una volta era uno dei pesci più commercializzati; viene citato anche in un libro del 1450 *"De arte coquinaria"* dove un cuoco ticinese lo presenta affermando che "*il temolo è optimo pesce, et fallo como ti piace, che ad ogni modo è buono, ma suo naturale è di fregiarlo*" (Orso, 2006). La preparazione ottimale del temolo è quella della frittura nel burro con l'aggiunta di erbe aromatiche. Antiche ricette raccontano come poter trattare questo pregiato pesce, magari marinandolo in olio di oliva, succo di limone, sale e pepe per poi cuocerli alla griglia, accompagnati da verdure dell'orto e dal vino locale Erbaluce.

Trute borgne o pess coi: è una ricetta storica che è riuscita ad elevare i prodotti primari dell'orto realizzandone dei piatti saporiti. Semplici foglie di verza, che lessate, arrotolate con filetti di acciuga, infarinate e fritte; ora questa ricetta è stata soggetta a diverse rivisitazioni che ne hanno fatto un antipasto tipico del luogo.