

## **Master di primo livello in progettazione, comunicazione e management del turismo culturale**

**Titolo della tesi:** Erbe, essenze e territorio. Studi su una filiera olfattiva: l'esempio MÚSES.

**Autore della tesi:** Martina Trupiano

**Abstract:** Essenze e territorio sono un connubio perfetto per dar vita ad un'indagine approfondita sulla filiera olfattiva. Questo il punto di partenza per la presente analisi sul MÚSES, l'Accademia Europea delle Essenze di Savigliano dove arte, natura, ricerca e sensazioni si incontrano in un luogo unico, rispecchiando la storia di un territorio che vive di erbe ed essenze. Il punto di partenza dello studio è proprio l'analisi chimico-fisica del terreno della provincia di Cuneo, dove molteplici fattori hanno contribuito allo sviluppo della coltivazione e della trasformazione delle erbe aromatiche, rendendola leader italiano ed europeo nel settore. Nel Cuneese però non esistono soltanto le erbe e le profumazioni. Un *humus* così fertile, sia sotto l'aspetto ambientale che culturale, ha fatto germogliare un altro settore economico di vitale importanza per il territorio delle Langhe: ovviamente quello del vino, esempio maggiore di utilizzo e commercializzazione delle risorse del territorio, volto a creare reti di network tra la comunità ed il mercato economico. Un fenomeno di integrazione che parte da due punti d'origine: il marketing territoriale e quello esperienziale che danno animo e vita ad un prodotto tipico. Questo è lo stesso percorso che segna la direzione di questo studio: si parte dalla coltivazione delle erbe aromatiche, fino ad arrivare alla sua commercializzazione e soprattutto all'elevazione di un prodotto così semplice e nobile allo stesso tempo a prodotto "tipico", da valorizzare attraverso un'attività museale unica nel suo genere. Per il MÚSES, infatti, l'attività sensoriale è tutto: l'esperienza sensibile, unita alla ricerca e alla curatela museale, offrono la possibilità di progettare nuove forme di marketing e comunicazione uniche nel territorio. Anche nel caso di questo studio, come per il MÚSES, è la componente emozionale, unita alla capacità analitica e di indagine, a guidarne l'evoluzione: profumi dei lavandeti di Sale San Giovanni, campi coltivati a menta di Pancalieri o ancora note fruttate, agrumate, pomander e pot-pourri sono il leitmotiv attorno al quale viene costruito un percorso di crescita del museo, sia all'interno del territorio che al di fuori di esso. Infine, il paragone con il Wine Museum di Barolo, un esempio di eccellenza nella tutela di un prodotto come il Barolo, valorizzato grazie alla sapienza e alla cura della sua comunità. Erbe, essenze e territorio a stretto contatto con il vino, per capire come in ogni angolo dello splendido territorio italiano si nascondano importanti risorse per far sorgere nuove realtà virtuose.