

**INTERPRETAZIONI, PRASSI E PROSPETTIVE DI RIGENERAZIONE NELLA
VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA AGROALIMENTARE TORINESE**

**Il caso studio della partecipazione della Camera di commercio di Torino al Salone del Gusto
Terra Madre 2022**

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio dell'interpretazione che la Camera di commercio di Torino ha dato della sua presenza al Salone del Gusto Terra Madre 2022. In modo particolare sarà indagato il processo di progettazione dello stand camerale, mettendone in luce alcune fasi in chiave critica.

Si illustreranno i contesti di riferimento. Dapprima, chiarendo cos'è una Camera di commercio e qual è la storia di quella torinese, con un approfondimento sul suo Settore Sviluppo e Valorizzazione Filiere, diretto interessato nell'organizzazione dello spazio camerale al Salone, e sui suoi progetti principali di promozione della filiera agroalimentare del territorio di competenza. A questo proposito saranno, quindi, presentati i progetti Maestri del Gusto, Torino DOC e Torino Cheese. In secondo luogo, si inquadrerà l'associazione Slow Food e il contesto in cui è nata, con una breve storia del Salone del Gusto Terra Madre, l'evento più importante che biennialmente organizza, e che in questa edizione ha avuto luogo al Parco Dora, a Torino, dal 22 al 26 settembre, con *leitmotiv* la RegenerAction. Si darà largo spazio al significato che l'associazione ha dato al tema, attraverso il quale si è voluta comunicare l'urgenza di un cambiamento radicale nel modo di produrre e consumare il cibo, in un'ottica di riduzione dell'impatto ambientale, di un miglioramento della propria salute e di una educazione al gusto. Per quanto concerne questo elaborato, il tentativo è stato quello di chiarire la complessità nella quale si inserisce la rigenerazione del settore food.

La Camera di commercio di Torino si è presentata ai visitatori dell'evento con uno stand nel quale si sono succedute 45 degustazioni guidate gratuite di prodotti e progetti agroalimentari torinesi, coordinate dalle associazioni di categoria del territorio e dalle aziende partecipanti ai progetti di promozione dell'istituzione. Dopo un dettagliato excursus sulla progettazione della struttura e del suo palinsesto culturale, grazie al contributo delle interviste effettuate a tre dipendenti camerale - Daniela Fenoglio, Sergio Arnoldi e Fabio Boerio - si approfondiranno le strategie di promozione che sono state messe in atto. Il focus sarà posto sul format utilizzato, sulla selezione degli ospiti e delle proposte culturali, sul piano di comunicazione e sull'importanza che il tema ha avuto sui tavoli di lavoro. Si

vedranno inserite tutte le questioni in un quadro più ampio e complesso fatto di politica e di prassi consolidate.

Le conclusioni individueranno, quindi, i punti di forza e di debolezza di questi processi, evidenziando il ruolo che il tema della rigenerazione alimentare ha per la Camera di commercio di Torino e le prospettive di valorizzazione e promozione che l'ente avrebbe se sviluppato nelle sue potenzialità.