

Patrimonializzazione del cibo e identità territoriale di un'area interna intermedia in Campania: il caso di Agerola

Dalla fine degli anni Novanta del secolo scorso sono state riscoperte le differenze e le specificità delle aree definite come interne, riconoscendo la necessità di supportarne lo sviluppo a partire dalle identità locali. Il cibo rappresenta un elemento fortemente identitario, in grado di plasmare le caratteristiche dei luoghi. Il comparto agroalimentare e la valorizzazione delle filiere locali in molte realtà interne sono elementi centrali in grado di determinare la patrimonializzazione di alcuni prodotti, cui spesso si finisce per associare i territori. Il Comune di Agerola – polo di produzioni locali d'eccellenza e classificato dall'Agenzia per la Coesione Territoriale come Area interna intermedia (2014) – ha nel tempo intensificato la valorizzazione delle filiere del cibo locale, generando in parte anche piccoli circuiti alternativi. Il contributo indaga come le forme di patrimonializzazione di pochi prodotti, da un lato, e le filiere locali meno strutturate, dall'altro, stiano influenzando sull'identità di quest'area interna intermedia in Campania.

Food Patrimonialisation and Territorial Identity of an Intermediate Inland Area in Campania: the Case of Agerola

Since the late 1990s the differences and specificities of areas defined as inland have been rediscovered, recognizing the need to support their development starting from local identities. Food represents a strong identity element, capable of shaping the characteristics of places. The agri-food sector and the valorisation of local supply chains in many inner realities are central elements in determining the patrimonialisation of certain products, with which territories end up being associated. The municipality of Agerola – a pole of local productions of excellence and classified by the Agency for Territorial Cohesion as an intermediate inner area (2014) – has over time intensified the valorisation of local food chains, partly generating small alternative networks. The paper investigates how forms of patrimonialisation of a few products on the one hand, and less structured local supply chains on the other, are affecting the identity of this intermediate inland area in Campania.

Parole chiave: aree interne, patrimonializzazione del cibo, identità locale

Keywords: inner areas, food patrimonialisation, local identity

Annachiara Autiero, Università di Napoli «L'Orientale», Dipartimento di Scienze Umane e Sociali – aautiero@unior.it

Gianpiero Petraroli, Università di Napoli «L'Orientale», Dipartimento di Scienze Umane e Sociali – gpetraroli@unior.it

Nota: Si attribuiscono interamente ad Annachiara Autiero i paragrafi 1 e 3, mentre il paragrafo 2 è frutto del lavoro comune degli autori.

1. Introduzione

Il ruolo del cibo come elemento cruciale nel plasmare il paesaggio culturale, sociale, produttivo ed economico di un territorio è ormai ampiamente discusso nella letteratura geografica e non solo (Ray, 2013; Battisti e altri, 2023).

A seconda dei processi di produzione, lavorazione, distribuzione e consumo, i prodotti alimentari acquisiscono precisi significati, caricandosi di aspetti simbolici in grado di rappresentare gruppi sociali e/o intere comunità. Il cibo riflette e plasma le

identità dei luoghi e degli individui che li abitano, svolgendo un ruolo significativo nella costruzione di narrazioni che coincidono con immaginari a cui spesso viene associato il territorio in cui esso viene prodotto (Dansero, Giorda e Pettenati, 2015; Lazzeroni e altri, 2023). Oggigiorno, infatti, al cibo sono attribuiti nuovi significati che sono diretta espressione della cultura materiale e/o immateriale e, secondo Geyzen (2014), questo produrrebbe processi di patrimonializzazione, influenzando in maniera determinante sulla percezione dell'identità di luoghi e categorie di persone.

Nell'ultimo ventennio si è assistito a una riscoperta delle differenze e delle specificità delle aree interne, riconoscendo l'importanza di supportarne lo sviluppo partendo dalle identità locali (Sommella, 2017). In queste realtà, il cibo ha acquisito una particolare rilevanza e sempre più spesso, esso si converte in un *driver* economico capace di determinare la costruzione di *foodscapes*¹ che conferiscono ai territori una specifica attrattività. In molti casi, tuttavia, i processi di valorizzazione agro-alimentare dei territori appaiono centrati sull'enfaticizzazione di uno o pochi prodotti tipici, sebbene i territori in questione risultino caratterizzati da un'ampia varietà di produzioni. Sempre più spesso, anzi, un'unica produzione tipica diventa il motore attorno a cui le aree interne costruiscono e/o rafforzano la propria identità territoriale e ne fanno perno di sviluppo locale. Tali dinamiche provocano forme di patrimonializzazione controverse. Ad esempio, se la domanda di mercato del prodotto in questione aumenta, si crea la necessità di reperire le materie prime esternamente, inficiando l'origine e l'originalità territoriale delle produzioni stesse; la diminuzione della domanda, invece, non solo genera effetti a catena sull'intera filiera, ma determina anche squilibri tra produttori, favorendo quelli più forti ovvero più in grado di sostenere crisi congiunturali. Inoltre, la coltivazione di un'unica produzione tipica causa impatti significativi sul paesaggio (Lazzeroni e altri, 2023, p. 99), generando l'omogeneizzazione dei *foodscapes*.

Questi fenomeni sono in larga parte connessi anche al rinnovato ruolo che hanno assunto in epoca contemporanea molte aree interne e/o rurali, che per lungo tempo hanno rivestito la funzione di territori produttivi. Attualmente, la produzione agricola dipende sempre di più da logiche finanziarie e industriali di natura esogena, rendendo la «rifunzionalizzazione della campagna» un processo che richiede la tutela e la valorizzazione del paesaggio come motore di promozione dei territori e del turismo, anche dal punto di vista enogastronomico (Pettenati, 2017; Croce e Perri, 2018).

Alcune aree interne sono anche il fulcro dello sviluppo di reti locali e alternative del cibo che – attraverso processi di riterritorializzazione dei sistemi alimentari – riconfigurano spazi e funzioni dei luoghi fuori dalle logiche del capitalismo industriale (Brunori, 2007; Dematteis e Magnaghi, 2018).

Nell'analisi delle complesse dinamiche che attraversano i processi di patrimonializzazione delle produzioni alimentari tipiche, connesse alla costruzione di precise identità, vanno dunque considerati diversi aspetti, nonché il ruolo di diversi attori. In alcuni casi, infatti, gruppi di attori, anche istituzio-

nali, favorevoli a forme di sviluppo centrate sull'attrattività turistica risultano cruciali nel promuovere la valorizzazione di specifici prodotti del territorio a discapito di altri. In altri casi, specie in riferimento a coloro che sono coinvolti in filiere cosiddette «alternative», gli sforzi si concentrano per lo più sulla conservazione e sulla valorizzazione di produzioni locali «meno attraenti» dal punto di vista turistico, ma che rappresentano importanti risorse per il territorio, per chi vi risiede e vi produce.

Questo contributo si focalizza sulle relazioni tra cibo e identità territoriale ad Agerola, Comune di 7.742 abitanti (Istat, 2024) della Città Metropolitana di Napoli, situato in una conca, nella parte alta dei Monti Lattari (Comune di Agerola, 2021a). Il territorio è diviso in sei frazioni e la sua posizione privilegiata – al centro tra la penisola Sorrentina e la Costiera Amalfitana – conferisce ad esso caratteristiche tipiche sia del paesaggio montano, sia di quello costiero-mediterraneo. Questa sua peculiarità, specie negli ultimi anni, sta contribuendo a una significativa riconfigurazione dell'identità locale, grazie all'incentivazione di politiche di sviluppo centrate sull'integrazione delle aree interne con quelle costiere (Palmentieri, 2012). Sebbene il Comune sia classificato come un'area interna intermedia dall'Agenzia per la Coesione Territoriale (2014), in base alla pianificazione della Città Metropolitana di Napoli è incluso nella zona omogenea Costa Vesuviano-Sorrentino². Agerola è dunque considerata nel primo caso una realtà interna, mentre nel secondo, per alcune sue caratteristiche, è inclusa nell'area costiera. Queste due diverse prospettive hanno una significativa implicazione nelle dinamiche di rafforzamento e/o rinnovamento dell'identità territoriale.

In relazione a quanto descritto, l'obiettivo di questo lavoro, realizzato attraverso metodologie qualitative di ricerca, è quello di identificare se alcune produzioni alimentari, risultino maggiormente enfatizzate rispetto alla grande varietà di eccellenze che il territorio è in grado di offrire e se, considerate le peculiarità sopraesposte, vi sia una maggiore attenzione verso quei prodotti che vengono associati alla dimensione costiera piuttosto che a quella montano-rurale. Inoltre, il contributo si concentra sulla necessità di comprendere se la spinta di pochi prodotti attraverso cui veicolare l'immagine e l'identità del territorio da un lato, e la presenza di piccoli circuiti alternativi del cibo, votati soprattutto alla valorizzazione di prodotti locali non ancora patrimonializzati ed esclusi dai circuiti *mainstream* dall'altro, stiano contribuendo alla ridefinizione dell'identità del territorio. L'indagine si focalizza inoltre sul comprendere se le nuove piccole filiere, più attente alla sostenibilità e all'utilizzo esclusivo di materie



prime locali, indirizzino le proprie produzioni principalmente ai circuiti del turismo – per la vicinanza con la costa – o se puntino anche a forme di sviluppo autocentrate, volte alla salvaguardia del *know how* territoriale.

2. Agerola: cibo e identità tra omogeneizzazione ed eterogeneità

Il legame di Agerola con le attività agricole è storicamente indissolubile, la varietà di produzioni dovuta alle caratteristiche dell'area in cui si localizza il Comune conferisce al suolo una peculiare fertilità che rende l'identità del territorio marcatamente connessa al cibo³.

In particolare, Agerola si caratterizza per la presenza di alcune pregiate piccole produzioni agricole: la pera pennata, le noci, le patate e i pomodorini⁴. Sono inoltre molto diffusi l'allevamento di suini per la produzione di salumi e quello di ovini per i formaggi. Particolare rilievo assume l'allevamento di bovini della razza cosiddetta «Agerolina», il cui latte è prerequisito fondamentale per la produzione del Provolone del Monaco D.O.P. e in parte anche per il Fior di latte di Agerola, la cui pregevolezza dipende però dalla lavorazione (Comune di Agerola, 2021b).

L'indagine di terreno, portata avanti tra i mesi di giugno e luglio 2023, ha previsto l'utilizzo di metodi di ricerca diversi: osservazione partecipante; analisi delle trasformazioni territoriali attraverso comparazioni tra presente e passato; diari di bordo; foto testimonianze; interviste semi-strutturate in profondità. Sono state realizzate 14 interviste: tre ad abitanti storici; una a un abitante di ritorno; una a una nuova abitante; due a turisti stranieri assidui; una a un'operatrice della Pro Loco; sei tra produttori e rivenditori locali di cibo, di cui tre appartenenti a piccoli circuiti alternativi e le restanti ad aziende più grandi e strutturate. Nel complesso, abbiamo dunque superato il numero ottimale di intervistati, che è compreso tra le 6 e le 12 persone (Loda, 2012). Gli intervistati sono stati selezionati per la loro profonda conoscenza del territorio e dei legami tra cibo tradizionale, identità del luogo e forme di patrimonializzazione dei prodotti⁵.

Le interviste hanno evidenziato che Agerola è cambiata molto velocemente negli ultimi dieci anni, un cambiamento incoraggiato dalle amministrazioni locali e legato alla crescita turistica indotta soprattutto dalla vicinanza con la Costa d'Amalfi e dal Sentiero degli Dei⁶. I dati più recenti al riguardo segnalano che negli ultimi cinque anni – escludendo il 2020 e 2021 a causa della pandemia

da Covid-19 – c'è stato un discreto incremento delle presenze turistiche nel Comune, passando dalle 135.000 del 2018 alle 156.555 del 2022 (Comune di Agerola, 2023). Più di un intervistato ha sottolineato che la recente valorizzazione della sentieristica ha contribuito all'aumento di turisti e al contestuale incremento di strutture ricettive per brevi soggiorni. Queste dinamiche avrebbero generato anche una significativa esaltazione di alcuni prodotti mentre altri, con cui storicamente gli abitanti identificano il territorio, risulterebbero meno valorizzati. In particolare, in base a quanto rilevato, i prodotti a cui turisti e visitatori associano Agerola sono quelli caseari, mentre il discorso cambia nel caso degli abitanti storici e di ritorno.

In effetti, oltre al fiordilatte, alla provola e al Provolone del Monaco, questi ultimi hanno primariamente nominato – associandoli anche a ricordi d'infanzia – prodotti quali i biscotti di grano integrale; le patate; le noci e le pregiate pere Pennate da cui si ricavano soprattutto marmellate ma la cui produzione è sempre più spesso minacciata da malattie che colpiscono i pochi esemplari di alberi presenti sul territorio (fig. 1).

Anche dalla lettura del paesaggio commerciale, costellato dalla presenza di storici o più recenti caseifici e annessi punti vendita⁷, si evince l'importanza del settore caseario al quale sembra impossibile non associare l'immagine del territorio. Tre intervistati hanno molto dettagliatamente descritto la natura strutturata e meccanizzata della produzione di fiordilatte e provola; la presenza di un numero minimo di caseifici che lavorano esclusivamente con materie prime locali e l'essenza «amatoriale» dell'agricoltura. Ciononostante, dalle conversazioni con i testimoni privilegiati, è emerso lo sviluppo di piccoli circuiti alternativi che stanno lentamente diversificando l'offerta, valorizzando prodotti tradizionali più «di nicchia» a cui gli abitanti associano storicamente l'identità del territorio. Queste filiere «alternative», a detta di un intervistato, sarebbero in parte nate dalla volontà di recuperare antiche forme di produzione e prodotti che dagli anni del *boom* economico fino alla fine degli anni Novanta, hanno rischiato di scomparire perché sostituiti dall'introduzione di strutture meccanizzate e innesti più produttivi. In quegli anni prodotti agricoli locali erano comunque reperibili ma restavano per lo più appannaggio degli abitanti, di frequentatori e conoscitori assidui del territorio.

Tutto questo, secondo la testimonianza di un abitante storico, sarebbe dovuto anche al fatto che in passato l'essere contadini e l'appartenenza a un contesto rurale rappresentavano una sorta di stigma sociale da nascondere e dunque gli abitanti preferiva-



Fig. 1. In alto alcune realtà alternative del cibo, in basso elementi di attrattività turistica ed esaltazione dei legami con la Costiera Amalfitana.

Fonte: fotografie di Annachiara Autiero.

no far ruotare l'economia locale intorno agli affitti a lungo termine di stanze o appartamenti per la «villeggiatura». Mentre il settore caseario cresceva – consentendo la patrimonializzazione di fiordilatte, provola e provolone – la coltivazione di noci, pere, patate e altre eccellenze veniva praticata in forma per lo più privata e raramente commercializzata.

Attualmente, il rinnovato immaginario legato alle aree interne, alla genuinità e alla presunta autenticità della vita rurale sta cambiando le cose. In diverse piccole aziende agricole – all'esterno delle quali viene a chiare lettere sottolineata la «località» dei prodotti – è possibile acquistare o consumare *in loco* cibi locali meno rinomati, spesso reperibili anche all'interno di *market* e salumerie del Comune.

Questi piccoli circuiti alternativi, a differenza del passato, si rivolgono non solo agli abitanti ma anche e soprattutto al continuo aumento di visitatori che sceglie Agerola come meta per il *trekking* o più spesso come *hub* più accessibile ed economico alla Costiera Amalfitana. I turisti stranieri intervistati hanno infatti confermato che l'attrattività del territorio, oltre che per le sue caratteristiche, è data anche dal-

la vicinanza con la Costiera; hanno inoltre dichiarato che preferiscono mangiare ad Agerola anziché sulla costa, sia per i prezzi notevolmente più contenuti, sia per la bontà dei prodotti. Nonostante il legame tra il territorio agerolese e quello della Costa D'Amalfi sia storico e indissolubile e, rappresenti un vantaggio dal punto di vista dell'attrattività turistica, non tutti gli intervistati si indentificano in definizioni come «alta Costiera Amalfitana». Queste ultime sono invece fortemente enfatizzate dalle amministrazioni locali, da alcuni commercianti e imprenditori del turismo.

Agerola, a detta di tutti gli intervistati è un territorio autonomo e autosufficiente, in cui permangono funzioni residenziali e di servizio non riscontrabili in diverse località della Costa. Tutto ciò si rende evidente anche e soprattutto in relazione al cibo.

Il rinnovato interesse per la valorizzazione delle attività agroalimentari tradizionali e autoctone, fuori dai circuiti strutturati e industrializzati, dimostra l'impegno di questo territorio nell'evitare la standardizzazione in favore di poche e più enfatizzate produzioni. Tali dinamiche hanno un impac-



to anche sull'identità territoriale, le cui narrazioni sono ancorate ai prodotti più tradizionali, legati alla dimensione rurale e non meccanizzata dei processi produttivi, limitando di fatto la notevole eterogeneità del patrimonio agroalimentare locale, costituito anche da realtà produttive di tipo industriale.

3. Conclusioni

Alla luce di quanto descritto, ad Agerola risulta chiara la forte connessione tra cibo, forme di patrimonializzazione di determinati prodotti e identità territoriale. Benché emerga ancora una netta distinzione tra produzioni particolarmente valorizzate e altre meno esaltate e commercializzate, i nuovi piccoli circuiti alternativi – probabilmente scarsamente redditizi e la cui produzione è spesso non strutturata e industriale – stanno contribuendo al recupero di attività tradizionali storicamente connesse all'identità del luogo e dei suoi abitanti. Dall'indagine effettuata e dalle testimonianze raccolte, emerge infatti, in maniera abbastanza chiara, che il successo del settore caseario, caratterizzato dalla presenza di imprese medio-grandi e da una commercializzazione su larga scala, è fonte di importanti proventi economici per il territorio, anche se le materie prime – tranne rari casi – non sono *in toto* locali. La valorizzazione di queste produzioni, con cui all'esterno si finisce per identificare il territorio, sembra essere in parte connessa a una serie di scelte politiche volte ad attrarre un turismo legato alle più rinomate produzioni agroalimentari. Tuttavia, l'emergere di nuove e/o già consolidate filiere locali del cibo – in passato meno presenti e visibili – sembra in parte limitare il rafforzamento di un'identità territoriale esclusivamente centrata sull'attrattività turistica e volta a consolidare il ruolo delle imprese casearie più strutturate.

Queste dinamiche – secondo gli intervistati – evidenziano una riorganizzazione del comparto produttivo in grado di riflettere in modo più coerente l'identità del territorio poiché valorizzano le attività agroalimentari considerate tradizionali da prima che lo fossero i prodotti caseari. Tutto questo incontra le aspettative di un turismo sicuramente più consapevole e attento alle specificità locali.

Sebbene le aree interne della Penisola Sorrentina dal punto di vista dell'economia turistica appaiano meno sviluppate di quelle costiere, ad Agerola si assiste all'incremento di un'offerta turistica più ricercata che in passato, le cui narrazioni giocano quasi sempre sui legami con il territorio della Costiera Amalfitana, nel tentativo di riprodurre le sue stesse forme di turismo ricercato ed elitario. Tali dinamiche sono ampiamente appoggiate dalle amministra-

zioni locali, nonostante Agerola sia un'area interna con specificità territoriali storicamente definite sia sul piano morfologico-ambientale, sia su quello produttivo-funzionale. Tuttavia, attraverso l'avanzata di piccoli circuiti del cibo, Agerola dimostra di preservare una sua peculiare identità, che prescinde dalle dinamiche decisionali *top-down*. La riscoperta delle produzioni finora poco valorizzate sta riformulando gli obiettivi di sviluppo locale, il cui fulcro non è più costituito solo dai redditizi e patrimonializzati prodotti caseari ma anche dalle piccole eccellenze agricole.

Riferimenti bibliografici

- Agenzia per la Coesione Territoriale (2014), *Le aree interne: di quali territori parliamo? Nota esplicativa sul metodo di classificazione delle aree*, https://www.agenziacoesione.gov.it/wp-content/uploads/2021/01/Nota_metodologica_Aree_interne-2-1.pdf (ultimo accesso: 10.VII.2023).
- Battisti Luca, Egidio Dansero, Federica Epifani e Teresa Graziano (2023), *Emplacing Food, ovvero ripensare il rapporto cibo-spazio. Prospettive di ricerca*, in «Rivista Geografica Italiana», 4, pp. 5-16.
- Brunori Gianluca (2007), *Local Food and Alternative Food Networks: A Communication Perspective*, in «Anthropology of Food», Special Issue on Local Food Products and Systems, pp. 1-20.
- Cinque Aldo (2022a), *La «transumanza» delle patate*, <https://agerola.wordpress.com/2022/05/17/la-transumanza-delle-patate-thetranshumance-of-potatoes/> (ultimo accesso 13.VII.2023).
- Cinque Aldo (2022b), *Perché non possiamo non dirci parte della Costa D'Amalfi*, <https://agerola.wordpress.com/2022/01/11/perche-non-possiamo-non-dirci-parte-della-costa-damalfi/> (ultimo accesso: 13.VII.2023).
- Città Metropolitana di Napoli (2019), *Zone omogenee*, Piano Strategico, <https://www.cittametropolitana.na.it/zone-omogenee> (ultimo accesso: 10.VII.2023).
- Comune di Agerola (2021a), *Relazione Agronomica*, Piano Urbanistico Comunale (PUC), <https://puc.iloveagerola.it/> (ultimo accesso: 12.VII.2023).
- Comune di Agerola (2021b), *Rapporto Ambientale*, Piano Urbanistico Comunale (PUC), <https://puc.iloveagerola.it> (ultimo accesso: 12.VII.2023).
- Comune di Agerola (2023), *Piano di utilizzo dei proventi derivanti dall'imposta di soggiorno anno 2023*, proposta di deliberazione del 13 aprile 2023.
- Croce Erica, Giovanni Perri (2018), *Il turismo enogastronomico. Progettare, gestire, vivere l'integrazione tra cibo, viaggio e territorio*, Milano, Angeli.
- Dansero Egidio, Mariachiara Giorda e Giacomo Pettenati (2015), *Per una geografia culturale del cibo*, in «Scienza attiva per Expo TO2015», Edizione Speciale 2014/2015, https://frida.unito.it/un_media/uploads/cicuaqueo_1432807888.pdf (ultimo accesso: 12.VII.2023).
- Dematteis Giuseppe e Alberto Magnaghi (2018), *Patrimonio territoriale e coraltà produttiva: nuove frontiere per i sistemi economici locali*, in «Scienze del Territorio», 6, pp. 12-25.
- Geyzen Anneke (2014), *Food Studies and the Heritage Turn: a Conceptual Repertoire*, in «Food & History», 12, 2, pp. 67-96.
- Istat (2024), *Popolazione residente al 1° gennaio: Campania*, <http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=18563> (ultimo accesso: 20.VI.2024).

- Lazzeroni Michela, Giacomo Pettenati, Donatella Privitera e Sergio Zilli (2023), *Discorsi e pratiche della tipicità. Il cibo come ambito di costruzione identitaria, patrimonializzazione e sviluppo locale*, in «Rivista Geografica Italiana», 4, pp. 91-109.
- Loda Mirella (2012), *Geografia sociale. Storia, teoria e metodi di ricerca*, Roma, Carocci.
- Palmentieri Stefania (2012), *Risorse paesaggistiche per lo sviluppo sostenibile della Penisola Sorrentina*, in «Annali del Turismo», 1, pp. 181-192.
- Pettenati Giacomo (2017), *Paesaggio e Urban food planning. Intersezioni teoriche e operative*, in «Bollettino della Società Geografica Italiana», pp. 117-130.
- Ray Krishnendu (2013), *Food and Identity*, in Anne Murcott, Warren Belasco e Peter Jackson (a cura di), *The Handbook of Food Research*, Londra-New York, Bloomsbury Academic, pp. 363-376.
- Regione Campania (2019), *Prodotti Tradizionali, Prodotti Vegetali, Pera Pennata*, <http://www.agricoltura.regione.campania.it/tipici/tradizionali/perapennata.htm> (ultimo accesso: 02.VIII.2024).
- Roe Maggie, Ingrid Sarlöv Herlin e Suzanne Speak (2016), *Identity, Food and Landscape Character in the Urban Context*, in «Landscape Research», 41, 7, pp. 757-772.
- Sedelmeier Timo, Olaf Kühne e Corinna Jenal (2022), *Foodscapes*, Heidelberg, Springer.
- Sommella Rosario (2017), *Una strategia per le aree interne italiane*, in «Geotema», 55, pp. 76-79.

Note

¹ Il crescente utilizzo del termine *foodscape* dimostra il rilievo attribuito ai processi di produzione, lavorazione e commercializzazione del cibo che sono in grado di imprimere specifiche impronte sul paesaggio. Il termine è riconosciuto come «un dispositivo retorico» in grado di comunicare concetti relativi alla distribuzione, all'impatto e alle relazioni tra cibo e persone in luoghi specifici (Roe, Sarlöv Herlin e Speak, 2016, p. 2). Pettenati (2017) definisce il *foodscape* come «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 l'insieme delle influenze materiali, socio-culturali, economiche e politiche che influenzano le scelte alimentari ad ogni livello. Per ulteriori approfondimenti si veda il recente lavoro di Sedelmeier, Kühne e Jenal (2022).

² L'attuale configurazione delineata nel Piano Strategico della Città Metropolitana di Napoli prevede una suddivisione del territorio in distinte aree denominate «zone omogenee» (Città Metropolitana di Napoli, 2019).

³ Il forte legame tra cibo e territorio si legge anche attraverso le scelte politiche operate dalle amministrazioni locali. Non è un caso che nella frazione di San Lazzaro sia nato nel 2019 il «Campus Principe di Napoli», un centro di formazione universitaria specializzato in enogastronomia, che vanta la direzione scientifica dello chef Heinz Beck. Il centro si trova nei locali di un'ex colonia montana di epoca fascista, ristrutturata grazie alla gestione e al sostegno finanziario di privati.

⁴ Il territorio agerolese si presta alla produzione di ortaggi e frutta tipici dell'area temperata, soprattutto solanacee e cucurbitacee (Comune di Agerola, 2021a). Particolarmente pregiate sono la produzione della «pera Pennata» (Regione Campania, 2019) e quella della patata agerolese (Cinque, 2022a).

⁵ Tra le principali domande poste agli intervistati figuravano: «Qual è il primo prodotto alimentare che associa all'identità di questo territorio? Il rapporto tra cibo e territorio è cambiato rispetto al passato? Se sì, in che modo? Le amministrazioni sostengono e promuovono i produttori e i prodotti del territorio? Esistono prodotti più valorizzati rispetto ad altri, se sì, quali sono e perché?».

⁶ Esistono comprovati legami storici tra Agerola e la Costa, (Cinque, 2022b), che vengono oggi enfatizzati per conferire alla località maggiore attrattività: ad esempio, una nota distilleria del territorio vende i suoi prodotti come provenienti dall'«alta Costiera Amalfitana». Le amministrazioni locali hanno puntato molto anche sul turismo escursionistico, ad esempio con la realizzazione del suggestivo *Sentiero degli Dei* da cui ha preso nome un noto festival musicale estivo (*Sui Sentieri degli Dei*).

⁷ I caseifici storici locali hanno realizzato una serie di migliorie (interni più moderni, presenza di postazioni e tavoli per il consumo *in loco*, descrizioni in lingua inglese dei prodotti venduti, ecc). L'indagine sul terreno ha permesso di apprendere che almeno tre nuovi rivenditori di prodotti caseari sono in procinto di aprire la loro attività.

Ringraziamenti

Per la loro sapiente conoscenza del territorio e la disponibilità a collaborare alle indagini si ringraziano sentitamente l'artista Mary Cinque, il professor Aldo Cinque, Lucia Borriello e Ilenia Guida.

