



Associazione Nazionale delle Città del Vino

TRENTANNI AL SERVIZIO DEI TERRITORI DEL VINO

Roma, 21 marzo 2017

Indice

Presentazione.....	4
CAP. 1 IL CURRICULUM VITAE DELL'ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELLE CITTÀ DEL VINO: LA STORIA DI UNA RETE CHE INTRECCIA UOMINI, TERRITORI, PASSIONI E QUALITÀ.....	5
1.1 La storia delle città del vino.....	5
1.2 Attività editoriali e di approfondimento.....	24
CAP. 2 LA CARTA DI IDENTITÀ DELLE CITTÀ DEL VINO.....	30
2. 1 Gli indicatori statistici.....	30
2.2 Le eccellenze.....	42
2.2.1 L'enogastronomia di qualità.....	42
2.2.2 Il patrimonio UNESCO.....	44
2.2.3 I paesaggi del vino.....	45
2.2.4 I Palmenti.....	45
2.2.5 Le architetture del vino.....	46
2.2.6 I Musei del Vino e della Cultura rurale.....	47
2.2.7 Le buone pratiche ambientali.....	48
CAP. 3 I GRANDI TEMI CHE ABBIAMO AFFRONTATO.....	51
3.1 Luci e ombre sugli strumenti di sviluppo dell'enoturismo in Italia.....	51
3.1.1 Luci.....	52
3.1.2 Ombre.....	52
3.1.3 Dinamiche evolutive.....	54
3.2 Economia verde: un nuovo modello di sostenibilità ambientale e non solo.....	57
3.2.1 Utilizzi sostenibili del suolo, agricoltura multifunzionale, filiera corta e molto altro ancora...58	
3.2.2 Qualche riflessione sul «Made Green in Italy».....	60
3.3 Ogm? meglio puntare sulla biodiversità.....	63
3.3.1 Genome editing: la nuova frontiera delle biotecnologie sostenibilità.....	63
3.3.2 La difficile coesistenza tra colture OGM e agricoltura tradizionale.....	65
3.3.3 Preservare la biodiversità piuttosto che modificare i geni.....	67
3.3.4 Gli autoctoni: valori ed opportunità.....	68
3.4 Pianificazione territoriale e agricola: una nuova reciprocità tra città e campagna.....	69

3.4.1 Zonizzazione, sostenibilità, urban food planning.....	71
3.4.2 Il valore aggiunto dei nuovi Piani Regolatori delle Città del Vino.....	72
3.5 Programmazione europea 2014-2020: concentrare, razionalizzare, mettere in rete.....	73
3.5.1 Le proposte operative delle Città del Vino.....	75
3.6 Il valore sociale del vino: cultura borghigiana, integrazione, salute, sostenibilità.....	80
3.6.1 Senza le donne non c'è sviluppo.....	82
3.6.2 Il vino italiano fa integrazione.....	83
3.6.3 Educazione al consumo.....	85
CAP. 4. CONCLUSIONI.....	88
4.1 Nelle Città del Vino si vive meglio?.....	90
4.2 Sette nodi da sciogliere per affrontare il prossimo futuro.....	93
4.2.1 Pianificazione urbana e rurale.....	94
4.2.2 Fusione dei piccoli Comuni.....	95
4.2.3 Ruolo delle reti e delle associazioni.....	95
4.2.4 Cultura della vite e del vino.....	96
4.2.5 Marketing territoriale.....	97
4.2.6 Ricerca e Formazione.....	97
4.3 Il ruolo della rete delle Città del Vino.....	98
BIBLIOGRAFIA.....	103
App. 1 - Statuto (2015).....	105
App. 2 - Regolamento (2012).....	106
App. 3 - Carta della Qualità (2015).....	107
App. 4 - Il vino onesto è un prodotto della terra (2007).....	109
App. 5 - L'alfabeto delle Città del Vino (2012).....	110

Presentazione

Il 21 marzo 1987 nascevano a Siena le Città del Vino, come risposta delle pubbliche amministrazioni e della filiera del territorio alla crisi che aveva colpito il settore. Nel ventennio che aveva preceduto la costituzione dell'Associazione nazionale Città del Vino, una serie di avvenimenti aveva attivato i fermenti che avrebbero portato poi, negli anni a venire, alla nascita di fenomeni nuovi legati ad una maggiore attenzione all'ambiente, al recupero della cultura rurale e del vino, alla salute e al benessere fisico. L'abolizione della mezzadria, la fortunata avventura televisiva “*Viaggio nella valle del Po. Alla ricerca di cibi genuini*” di Mario Soldati e la sua guida “*Vino al Vino*”, lo scandalo del metanolo, la fondazione dell'Associazione Slow Food e del Seminario Permanente Luigi Veronelli, solo per citarne alcuni.

Dai 39 soci di allora ai circa 430 di oggi, **l'Associazione ha attraversato più di un quarto di secolo dando voce ai piccoli Comuni e sostenendo l'importanza del “buon governo dei territori”**. Numerosi gli eventi che in questo arco di tempo hanno trasformato il mondo dell'enologia e che ne hanno in qualche modo suggerito e guidato le scelte, dallo sviluppo di progetti legati all'etica e alla professionalità alla disseminazione di buone pratiche, dalla promozione di convegni e seminari alle azioni di sollecito delle Istituzioni pubbliche sui più importanti temi che interessano la filiera vitivinicola e la qualità della vita nei territori del vino.

Nel 2012 per festeggiare i primi 25 anni di attività l'Associazione ha stilato una **cronologia degli avvenimenti più salienti legati al mondo dell'agroalimentare e della vitivinicoltura italiani**, ha messo a punto un **nuovo manifesto (l' “ALFABETO DELLE CITTA' DEL VINO”)** che dalla A di Ambiente alla Z del km Zero compone un “dizionario” dell'enoagricoltura sostenibile e di qualità e ha raccolto **le memorie e le previsioni di ricercatori, giornalisti, produttori, politici e personaggi della cultura** il cui lavoro aveva a vario titolo incontrato quello dell'Associazione. Queste testimonianze sono state poi “raccontate” da Rossano Pazzagli, docente di Storia Moderna presso l'Università del Molise, nel volume “*Il Buonpaese. Territorio e gusto nell'Italia in declino*”, che analizzando le origini, l'identità e l'esperienza delle Città del Vino, ha ripercorso la storia italiana degli ultimi decenni puntando sull'importanza del paesaggio rurale, sul ruolo dei Comuni, sul rapporto tra agricoltura e turismo, sulla funzione della cultura e - aspetto non meno importante - sulla debolezza della politica, spesso incapace di capire che stava e sta nel territorio il valore su cui puntare una rinascita possibile per le nostre comunità. A marzo è stato inoltre organizzato a Siena un convegno dal titolo ***E'abbondanza locale. Come non gettar via il***

patrimonio materiale e immateriale dei territori italiani", con la partecipazione tra gli altri di Giuseppe De Rita (Fondazione Censis), Fabio Taiti (Censis Servizi), Aldo Bonomi (Aster e Fondazione Symbola) Giovanni Cannata (Università del Molise).

Nel 2017, accanto ad una serie di **altri appuntamenti che celebreranno il trentennale**, riprendiamo la **cronologia dei passaggi che hanno scandito la nostra attività aggiornandola con le più recenti iniziative, riflessioni e proposte**: una sorta di **curriculum vitae dell'Associazione per ricordare il contributo che abbiamo dato e che vogliamo continuare** a dare in termini di informazione, formazione e sviluppo della qualità agroalimentare, delle eccellenze enogastronomiche, della cultura del paesaggio, della sostenibilità ambientale (e non solo) e del turismo del vino.

Il Presidente

Floriano Zambon

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Floriano Zambon', written in a cursive style.

CAP. 1 IL CURRICULUM VITAE DELL'ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELLE CITTÀ DEL VINO: LA STORIA DI UNA RETE CHE INTRECCIA UOMINI, TERRITORI, PASSIONI E QUALITÀ

L'Associazione Nazionale Città del Vino è stata istituita a Siena nel 1987 e dal 1 giugno 2001 ha ottenuto il riconoscimento della personalità giuridica. Ha sede legale e di rappresentanza a Genzano di Roma, presso il Palazzo Sforza Cesarini, e sede operativa a Siena, in via Massetana Romana 58/b. Con il diretto e costante coinvolgimento della società di servizi Ci.Vin srl, opera per la promozione e la valorizzazione delle risorse ambientali, paesaggistiche, artistiche, storiche e turistiche dei territori del vino associati, coadiuvando lo sviluppo economico e sociale di paesi e città che danno nome ad un vino, nel cui territorio sono prodotti vini a denominazione di origine controllata e che comunque sono legati al vino per storia, tradizione e cultura. Molti i progetti proposti, realizzati o in corso di attuazione e numerose le collaborazioni con enti ed istituzioni.

1.1 La storia delle Città del Vino

1992-94

- L'Associazione organizza tre convegni: **“Strade del Vino, tra sogno e marketing”** a Castagneto Carducci, **“I vigneti storici”** a Torrazze Costa e **“Meno chimica nel vigneto”** a Orvieto. Nel 1994 nell'assemblea di Montepulciano l'Associazione supera i 100 soci.

1995

- L'Associazione costituisce la società di servizi **Ci.Vin s.r.l.**, tuttora attiva. Ad essa faranno seguito **Cittadelvino.com SpA** nel 2000 (poi trasformatasi nel 2003 in **InComune SpA**, in liquidazione) e **Città del Vino Welcome** nel 2001 (chiusa nel 2016). Cittadelvino.com SpA ha curato per alcuni anni il sito web www.cittadelvino.com, attraverso il quale l'Associazione intendeva sviluppare formazione online, promozione e valorizzazione dei territori del vino, progettazione e realizzazione di siti internet, sostegno alle imprese per l'e-commerce. Città del Vino Welcome ha organizzato per alcuni anni la presenza delle Città del Vino alla Bit di Milano e ha partecipato ai Mondiali di Corea-Giappone con l'invio a Casa Azzurri (sede della rappresentativa italiana ai campionati del mondo di calcio) di 8.000 bottiglie di vino e di 1.000 bottiglie d'olio extravergine di oliva, in rappresentanza della tipicità dei territori italiani.

1996

- L'Associazione mette a punto il **“Piano Regolatore delle Città del Vino”** per offrire alle amministrazioni locali uno strumento multidisciplinare attento allo sviluppo sostenibile del territorio ed alla pianificazione delle zone di pregio vitivinicolo. Le prime linee

metodologiche di questo innovativo strumento di pianificazione comunale fondato sull'equilibrio tra validità agronomica e qualità paesaggistica, sviluppo sostenibile del territorio e valorizzazione delle aree urbane e rurali, sono di Mario Fregoni e Pier Carlo Tesi. Da allora sono state ulteriormente aggiornate ed arricchite: dall'**inserimento della zonizzazione vitivinicola e del paesaggio nel 2007** (con specifici contenuti in tema di paesaggio, misure d'adattamento al deterioramento climatico, aggiornamento delle tecniche per gestire il vigneto, qualità dell'architettura rurale e dei riflessi che tutto ciò ha sul governo del territorio) alle **energie rinnovabili in campagna nel 2011** (relativamente alle fonti - fotovoltaico, eolico, biomasse - e all'uso del suolo rurale). Oggi è in fase di studio l'introduzione di elementi come **sostenibilità, accessibilità, cambiamenti climatici e Urban Food Planning**: cioè la pianificazione economica del cibo al livello urbano (inteso come area vasta, non come singolo Comune): una visione strategica di grande respiro e impatto, che si realizza attraverso la creazione di circuiti economici basati sulla produzione e il consumo di cibo locali e finalizzati a generare mercati autosostenibili, stimolare la microimprenditorialità, salvaguardare e valorizzare i caratteri distintivi dei paesaggi agrari.

1995-1996

- Viene istituito il “**Premio Città del Vino**”, un riconoscimento simbolico che l'Associazione vuole attribuire a coloro che ne interpretano lo spirito: storia, cultura del territorio, qualità, ambiente. **Vincitori del 1995**: Fabio Fazio (conduttore televisivo), Leonardo Del Vecchio (imprenditore), Francesco Rutelli (sindaco di Roma), Luigi Papo (giornalista). **Vincitori del 1996**: Roberto Di Donna (atleta), Candido Cannavò (giornalista), Leonardo Benevolo (architetto), Luigi Soini (enologo).

1998

- L'Associazione partecipa per la prima volta alla **BIT di Milano**, portando alla ribalta la rappresentanza del turismo enogastronomico. Negli anni successivi la borsa internazionale del turismo sarà spesso l'occasione per la presentazione delle anteprime dei rapporti dell'**Osservatorio per il turismo del vino**.
- L'Associazione promuove la realizzazione della **rete europea delle Città del Vino Recevin**, istituita poi il 19 novembre 1999 a Strasburgo con lo scopo di accrescere i rapporti di scambio tra le realtà vitivinicole europee e di rafforzare e promuovere l'immagine e il ruolo dell'Europa del vino. Di Recevin fanno parte le associazioni nazionali delle Città del Vino di Austria, Bulgaria, Francia, Germania, Grecia, Italia, Portogallo, Serbia, Slovenia, Spagna e Ungheria. Dal 2014 lo Statuto sancisce l'adesione automatica alla rete europea delle Città del Vino di tutte le municipalità aderenti alle associazioni nazionali. Tra le tante iniziative: il **Concorso Città Europea del Vino** - che sceglie a rotazione tra i diversi Paesi che fanno

parte di Recevin una municipalità incaricata di svolgere un programma annuale di attività culturali, formative e di sensibilizzazione in relazione al vino in ambito europeo - e la **Giornata Europea dell'Enoturismo**, celebrata ogni anno a novembre con visite guidate alle cantine e ai luoghi del vino, incontri e convegni.

- ANCV e Movimento Turismo del Vino lanciano **Calici di Stelle**, l'evento durante il quale, il 10 agosto, il popolo del vino si riversa nelle vie e nelle piazze italiane per brindare alle stelle cadenti. In ogni borgo, centro storico o piazza coinvolta si svolge la mescita dei migliori vini locali accompagnata da degustazione di prodotti alimentari della tradizione locale e da spettacoli.
- Organizzazione del secondo **simposio internazionale "Vino & Territorio"** (il primo era stato ad Angers in Francia nel 1996), tenutosi a Siena, Montepulciano (Si), Castagneto Carducci (Li), Erbusco (Bs) e Cembra (Tn) nel mese di maggio, durante il quale studiosi ed esperti di 17 paesi europei ed extraeuropei si confrontarono sui cambiamenti in atto nel mondo del vino in campo tecnico, sociale ed economico e in particolare su temi quali la zonazione (terroir), la pianificazione urbanistica e l'enogastronomia.

1999

- Istituzione di un **Osservatorio per il turismo del vino** ideato per monitorarne l'andamento nei territori emergenti ed offrire agli enti locali e alle imprese uno strumento di orientamento per lo sviluppo del settore. Le prime attività dell'Osservatorio sono state coordinate dal Dipartimento di Statistica "P. Fortunati" dell'Università di Bologna. A partire dalla terza edizione il Rapporto è stato realizzato dal Censis Servizi s.p.a. fino al 2015, quando l'analisi del fenomeno è stata affidata al Gruppo di Ricerca coordinato dal Prof. Giuseppe Festa, Direttore del Corso di Perfezionamento Universitario e Aggiornamento Culturale in Wine Business dell'Università degli Studi di Salerno.
- Organizzazione e coordinamento - in collaborazione con il Comune di Marsala, la Provincia di Trapani e la Regione Siciliana - di **"Vinoro"**, la prima ed unica rassegna di vini dolci, passiti e liquorosi tenutasi in Italia, ripetuta poi a ottobre 2003 e 2005.

2001

- In collaborazione con Recevin, con il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e quello scientifico dell'OIV - Organization International de la Vigne e du Vin, l'Associazione promuove il Concorso Enologico Internazionale **"La Selezione del Sindaco"**. E' il primo ad avere sede in Italia, si propone di valorizzare le piccole partite di vino di qualità, frutto della tradizione e di un ben individuato territorio, ed è l'unico a prevedere la partecipazione congiunta dell'Azienda (che produce il vino) e del Comune (in

cui sono localizzate le vigne). Da allora ogni anno la manifestazione si tiene in una diversa Città del Vino (Alba, S. Michele all'Adige, Brindisi, Benevento e Torrecuso, Lamezia Terme e Acri, Castelfranco Veneto ed Asolo, Siena, L'Aquila, ...), dove per tre giorni commissioni internazionali composte da enologi, enotecnici, assaggiatori, sommeliers e giornalisti del settore enogastronomico valutano le bottiglie in gara provenienti non solo dall'Italia ma anche da Francia, Germania, Grecia, Portogallo, Romania, ecc.

- L'Associazione cura e realizza i **progetti per la costituzione di tre strade del vino in Sicilia: Alcamo doc, Terre Sicane e Marsala**. Dopo l'entrata in vigore della L.268/99 sulla "Disciplina delle strade del vino", Città del Vino ha fornito consulenza in materia per le normative regionali di Lombardia (consulenza alla Regione per la redazione della normativa che regola l'istituzione delle strade del vino lombarde), Emilia Romagna (consulenza alla Regione per la redazione della legge regionale sulle strade del vino, completata con la collaborazione con l'Assessorato all'Agricoltura e il Dipartimento di Scienze Statistiche "P. Fortunati" dell'Università di Bologna per la realizzazione dello studio "Le strade del vino quale strumento di valorizzazione della produzione vitivinicola e del territorio rurale in Emilia Romagna" a cura di Silvia Gatti, Fabrizio Incerti e Mirko Ravagli), Calabria (realizzazione su incarico della Regione dell'Elenco dei prodotti tipici tradizionali della Calabria e successivamente pubblicazione del volume "Strade del vino e dei sapori della Calabria") e Abruzzo, nella convinzione che i Comuni dovessero essere presenti nei processi di organizzazione e promozione del turismo enogastronomico.
- Insieme all'Università di Firenze l'Associazione cura la **ricerca "Sistema Vino 2020: prospettive sui mercati internazionali per i vini toscani"**, con il contributo della Fondazione Monte dei Paschi di Siena.
- Nasce in Umbria il **Centro Nazionale Vini Passiti**, frutto della collaborazione tra Città del Vino e il Comune di Montefalco (Pg), sull'onda del crescente interesse dei consumatori per i vini passiti, dolci e liquorosi. Tra i suoi risultati c'è la pubblicazione del primo Atlante dei Vini Passiti Italiani, a cura di Attilio Scienza.

2002

- Avvio, in collaborazione con Cittadelvino.com SpA, del **Progetto e-Doc** per una burocrazia leggera, in rete, per i vini di qualità. Al progetto di e-government nelle terre dei vini Doc, approvato dal Ministero per l'innovazione e finanziato con il piano di e-government nazionale, parteciparono 61 Città del Vino.
- **La bottiglia della solidarietà**: raccolta di fondi in favore dei bambini dei territori colpiti dal terremoto (nell'area etnea in Sicilia e in Molise) per la creazione di un fondo fruttifero

riscuotibile dai ragazzi al compimento del loro diciottesimo anno di età per borse di studio e avvio al lavoro; l'iniziativa è stata realizzata nelle piazze delle Città del Vino (8 dicembre) e in collaborazione con Conad, che ha messo a disposizione spazi presso i supermercati in tutta Italia.

2003

- Nasce in Friuli il **Comitato Vinum Loci**, con l'obiettivo di favorire la ricerca, la salvaguardia e la valorizzazione dei vitigni autoctoni italiani. Ne fanno parte, oltre alle Città del Vino, la Camera di Commercio di Gorizia, il Comune di Gorizia, il Movimento Turismo del Vino, il Dipartimento di produzione vegetale della facoltà di Agraria dell'Università di Milano, Davide Paolini e la banca FriulAdria - Crédit Agricole.
- Lancio di una campagna - che coinvolgerà il ministero per le politiche agricole italiano e la presidenza della Commissione Europea a Bruxelles - contro la direttiva europea che autorizza la commercializzazione di vitigni geneticamente modificati, attraverso una raccolta di firme presso tutti i Comuni Città del Vino. Tra le diverse iniziative, le Città del Vino promuovono la prima campagna con raccolta di firme al Vinitaly per il **Vino No Ogm** e l'accordo con Legambiente "**Comuni Ogm Free**": l'idea di piantumare un cartello all'ingresso dei Comuni "virtuosi" nasce dalla volontà di difendere la qualità delle coltivazioni e conseguentemente la qualità della vita in quei territori e di raccontare in modo chiaro, inequivocabile, sia agli abitanti che al turista di passaggio, la scelta di un Comune di non permettere la coltivazione di Ogm sul proprio suolo.
- Realizzazione a Galatina - dal 12 al 16 giugno - di "**Buonissima**", la Fiera delle Città del Gusto.

2004

- L'Associazione presenta alla Regione Calabria il progetto "**Il Giardino dei vitigni antichi**" (a cura dell'Architetto David Palterer) per istituire nella Locride un vigneto con antichi vitigni italiani e relativo museo.
- Parte il **Progetto triennale "Vintur: spazio Europeo dell'enoturismo"**, realizzato nell'ambito del programma europeo Interreg IIC (2004-2006). Partners del progetto - che si concluderà con la messa a punto della **Carta Europea del Turismo del Vino** - sono Recevin, Spagna, Francia, Slovenia, Croazia, Germania, Grecia e AREV (Assemblea delle regioni europee viticole).
- L'Associazione è impegnata nella prima edizione del **Wine Tour Cap - Trofeo Città del Vino**, un campionato di golf per dilettanti, con l'ausilio della società Professional Golf leader nel settore dell'organizzazione di tornei di golf, della Coldiretti e dell'agenzia BBC

Travel di Modena: 32 gare, da marzo a novembre, per unire sport, tradizioni locali ed enogastronomia tipica nella rete delle Città del Vino. Successive edizioni del trofeo si svolgeranno poi anche nel 2005, 2006, 2007 e 2008.

2005

- L'Associazione è tra i soci fondatori di **Symbola - Fondazione per le Qualità Italiane** per promuovere la soft economy: un modello di sviluppo orientato alla qualità in cui tradizioni e territori sposano innovazione, ricerca, cultura, design e che tiene insieme competitività, valorizzazione del capitale umano e rispetto dell'ambiente, produttività, coesione sociale.
- Nasce il **Centro Studi e Servizi alle Strade del Vino e dei Sapori d'Italia**, uno strumento operativo creato dall'Associazione Nazionale Città del Vino per rispondere alle sempre crescenti aspettative del mondo degli itinerari enogastronomici riconosciuti dalle Regioni con i seguenti ambiti d'intervento: consulenza e collaborazione nella stesura di statuti, regolamenti, modifiche normative e atti afferenti il comparto; realizzazione di attività formativa di tipo intensivo verso gli aderenti di una Strada, operatori turistici, economici e/o professionisti nel comparto del turismo classico e/o rurale; consulenza e redazione di materiale promozionale, dell'itinerario enogastronomico, nella realizzazione di tutto ciò che risulti essere necessario per la promozione e divulgazione di singole strade o di un territorio cui interagiscono più strade del vino; progettazione di eventi o singole iniziative convegnistiche; redazione e proposizione di progetti Interreg tra regioni europee interessate a promuovere un insieme di itinerari enoturistici; rappresentanza in Italia ed all'estero ad eventi espositivi in cui singole o plurime strade del vino intendano partecipare. Nel 2011 il Centro ha cessato le sue attività trasferendole in CittàdelVinoLab.
- L'Associazione delle Città del Vino e l'**Associazione "Vino & Salute"**, fondata nel 2005 a Montalcino (SI), firmano una convenzione con la quale si impegnano a promuovere la cultura del vino, sia da un punto di vista squisitamente scientifico, attraverso studi e ricerche sulle qualità e i benefici derivanti da un corretto consumo dell'alimento-vino, con particolare riferimento ai giovani, sia nelle varie attività di natura istituzionale, organizzando seminari, incontri e convegni. Il progetto prevede anche il coinvolgimento, a vario livello, delle tre università toscane di Firenze, Pisa e Siena.
- ANCV partecipa a **"Comuni e terre Doc"**, progetto di e-democracy per Comuni a vocazione tipica, presentato dal Comune di Asti con la collaborazione di In Comune SpA e cofinanziato dal Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie. Il progetto, cui hanno aderito 22 Comuni italiani ed una Comunità Montana, intendeva attivare, con l'ausilio delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, modelli di partecipazione democratica per la messa a fuoco del problema relativo agli Organismi Geneticamente modificati e alla

conoscenza ed al rispetto del proprio territorio all'interno della comunità (il Comune, i cittadini e le imprese agricole operanti sul territorio), realizzando un portale di informazione e formazione e invitando i Comuni ad approvare uno Statuto Comunale con il coinvolgimento dei cittadini nella valutazione e nelle decisioni relative a scelte sugli utilizzi del territorio di fronte ad opzioni che potrebbero cambiarne definitivamente il profilo e la vocazione.

- In collaborazione con STRATOS S.p.A. parte il **Progetto “Percorsi Etici nelle Città del Vino”** che, in sintonia con i valori promossi dalla Carta di Alborg, si propone di diffondere una cultura etica nei Comuni associati, traducendo i valori di responsabilità e rispetto dell'ambiente in contenuti tangibili che favoriscano il benessere individuale e delle comunità.

2006

- Organizzazione del **Convegno "Accadde Domani: a vent'anni dal metanolo - Il rinascimento del vino italiano"**, in collaborazione con Symbola e Coldiretti. A distanza di 20 anni dallo scandalo del metanolo, l'incontro è stato un momento di riflessione su quanto accadde allora e sulle gravi conseguenze, sociali ed economiche, che quell'evento aveva determinato.
- In partnership con GardaFiere l'Associazione organizza il **Forum Biteg “La filiera del territorio per un sistema più concorrenziale”** (Riva del Garda, 12-14 maggio) la prima edizione di un evento con l'obiettivo di avviare una seria riflessione sul territorio e la sua governance, ed in particolare sul ruolo delle Città del Vino con le loro idee, progetti e innovazioni: i Comuni, cioè, come originale elemento di competitività e di protagonismo in un mercato sempre più globale. A questo evento - articolato in convegni, seminari di approfondimento e workshop, seguirono il **Forum Biteg “Gli Stati Generali del Turismo del Vino e delle Strade del vino”** nel 2007 (realizzato con il patrocinio e il contributo di Buonitalia spa e della Provincia Autonoma di Trento e promosso dal Centro Studi a Riva del Garda), il **Forum Biteg “Mondo Globale: Congresso internazionale sul turismo enogastronomico”** nel 2008 (Saint Vincent, 9-10 maggio) e gli **“Stati generali delle Strade del Vino e dei Sapori d'Italia”** nel 2009 (Castelnuovo Berardenga, 8 maggio).

2007

- In occasione del suo ventennale, l'Associazione Città del Vino lancia il **Manifesto “Il vino onesto è un prodotto della terra”** in difesa della vitivinicoltura di qualità, dei vitigni antichi e autoctoni, delle buone pratiche enologiche, dei paesaggi del vino e degli ambienti rurali, contro l'omologazione dei vini e dei gusti, per l'affermazione di principi etici e salutistici che siano al centro delle future politiche europee, nazionali e locali.

- Il professor Nino D'Antonio cura e coordina la **mostra itinerante "Il vino si fa immagine"**, 18 quadri di sei diversi artisti, tutti di scuola napoletana, che percorrono l'Italia da Menfi a Buttrio.
- Città del Vino e Res Tipica aderiscono alla **Task Force della Coalizione Italia Europa Liberi da OGM**, un vasto schieramento costituito dalle maggiori organizzazioni degli agricoltori, del commercio, della moderna distribuzione, dell'artigianato, della piccola e media impresa, dei consumatori, dell'ambientalismo, della scienza, della cultura e delle autonomie locali.
- Si costituisce a Sambuca di Sicilia (Ag) l'**Associazione Internazionale Iter Vitis** che presenta il dossier per il riconoscimento di Itinerario Culturale Europeo di "Iter Vitis - Les Chemins de La Vigne", ottenuto nel 2009 e confermato poi sia nel 2013 che nel 2016. Oltre ad ANCV, che ne è socio fondatore, di Iter Vitis fanno parte municipalità, sovrintendenze, strade del vino, aziende vitivinicole e altri enti di Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Grecia, Malta, Macedonia, Romania, Repubblica Moldova, Azarbijan, Georgia, Armenia e Ucraina. Tra gli obiettivi dell'Associazione: Promuovere in maniera concreta la tutela del paesaggio rurale europeo considerato come un bene materiale ed immateriale ad alto valore aggiunto, Definire le tipologie di paesaggio viticolo e dei territori dove la viticoltura ha lasciato delle tracce importanti in rapporto alle differenti forme di pratica della vitivinicoltura, nonché le buone regole e pratiche per la loro conservazione, valorizzazione e per il mantenimento delle tecniche tradizionali, Salvaguardare la biodiversità viticola, Sviluppare azioni e metodologie orientate al miglioramento di un'offerta enoturistica sostenibile e di qualità, Sviluppare incontri educativi e scambi culturali per una migliore conoscenza del fenomeno e della sua importanza nella cultura europea, Sviluppare la ricerca e gli studi, la comunicazione scientifica, culturale, artistica, sociale, economica, turistica tra città e paesi aderenti attraverso progetti, iniziative, attività che possano promuovere le aree viticole e la conoscenza del loro patrimonio culturale e paesaggistico, Contribuire ad una migliore diffusione dell'immagine e dell'identità culturale europea. Tra le sue iniziative ricordiamo il **Protocollo di Intesa con l'Associazione Nazionale Alberghi Diffusi** per lo sviluppo di un sistema di accoglienza sostenibile e l'apertura delle prime **Domus Iter Vitis** (in Calabria e in Sicilia) per il lancio di un marchio che identifichi e promuova un'accoglienza di qualità nei luoghi in cui c'è da raccontare qualcosa sul vino e sulla vite.
- Il **Progetto: "VINUM. Un'indagine sul riconoscimento dei genotipi della vite silvestre nei contesti archeologici preromani della Toscana centrale e meridionale"**, finanziato dalla Fondazione Monte dei Paschi di Siena, nasce nel filone di un interesse che l'archeobotanica ha sviluppato sul tema specifico della viticoltura, con un forte carattere di

interdisciplinarietà, e prevede la collaborazione fra vari Enti, tra i quali l'insegnamento di Etruscologia ed Antichità Italiche del Dipartimento di Archeologia e Storia delle Arti dell'Università degli Studi di Siena, nelle persone dei professori Andrea Zifferero e Andrea Ciacci, e il Dipartimento di Produzione Vegetale dell'Università degli Studi di Milano, nella persona del Professor Attilio Scienza. Attraverso il confronto molecolare tra le varietà di genoma, le procedure analitiche sul germoplasma dei campioni di *vitis silvestris* e dei vinaccioli provenienti da contesti archeologici preromani della Toscana centrale e meridionale consentiranno di valutare la distanza genetica che separa le specie autoctone da quelle mediterranee e di proporre ricostruzioni storiche realistiche sullo sviluppo della viticoltura in Italia, dall'antichità ad oggi.

- **“Odyssea FIM” Marittimo Italia-Francia.** L'Associazione nazionale Città del Vino entra a far parte del team europeo del progetto, che intende legare i porti e le città marittime all'entroterra attraverso la creazione di itinerari turistici, in modo da far trarre vantaggio anche al territorio rurale dei benefici del turismo da diporto.
- In collaborazione con l'INU (Istituto Nazionale di Urbanistica) l'Associazione promuove la prima edizione del **concorso biennale per premiare il "Miglior Piano Regolatore delle Città del Vino"**, rivolto ai Comuni e agli Enti territoriali che si sono dotati di uno strumento di gestione territoriale ed urbanistica attento ad uno sviluppo sostenibile del territorio e nel quale assume rilievo la pianificazione delle zone di pregio vitivinicolo. Vincitori delle diverse edizioni che si sono succedute sono: ex equo Comune di Castelnuovo Berardenga - SI e Comune di Sizzano - NO (2008), Comune di San Martino sulla Marrucina - CH (2009, riconoscimento speciale), Comune di Bomporto - MO e Rapolano Terme - SI (2010), Comune di Pramaggiore - VE (2012), Comune di Castelvenere - BN (2013)(edizione speciale).
- Per festeggiare i suoi primi venti anni di attività, l'Associazione Nazionale Città del Vino organizza il primo **Palio Nazionale delle Botti**, dando vita ad una manifestazione che ogni anno coinvolge molte regioni italiane e si conclude con una grande festa da svolgersi di volta in volta in una Città del Vino diversa.
- L'Associazione partecipa ad **un'audizione presso la Commissione Agricoltura del Senato con un documento sull'OCM Vino**, che traccia un quadro sintetico della viticoltura italiana ed analizza il testo della riforma redatto dalla Commissione e presentato a Bruxelles il 4 luglio 2007. Tra le criticità evidenziate c'è la mancata introduzione dei vini passiti all'interno del regolamento europeo.

2009

- Nasce l'**Associazione Nazionale Res Tipica** - ad opera dell'ANCI e delle Associazioni di Identità, tra le quali Città del Vino che da anni la presiede - per dare vita ad un progetto di promozione delle identità territoriali che salvaguardi ed esporti, in Italia e nel mondo, la ricchezza di tradizioni, paesaggi e sapori delle nostre città. Oggi riunisce 25 associazioni di identità (Città del Vino, Città dell'Olio, Borghi più Belli d'Italia, Città della Nocciola, Borghi Autentici d'Italia, Città del Bio, Città del Castagno, Paesi Bandiera Arancione, Città dei Sapori, Città Slow, Città del Tartufo, Città delle Ciliege, Città del Miele, Città della Terra Cruda, Città della Ceramica, Città del Pane, Città della Chianina, Paesi Dipinti, Città del Riso, Città delle Grotte, Città dell'Infiorata, Città del Pesce di Mare, Città della Bufala, Città dei Liquori, Città del Tabacco) per un totale di quasi duemila aderenti tra Comuni ed altri enti (Province, Comunità Montane, Camere di Commercio, Unioni di Comuni, Enti Parco, Strade del Vino).
- Parte **Senarum Vineae - Le vigne di Siena**, progetto di riconoscimento e valorizzazione del patrimonio viticolo storico e delle forme di coltivazione nella città murata, ideato da ANCV in collaborazione con l'Università, il Comune, la Provincia, la Camera di Commercio di Siena e numerosi altri soggetti pubblici e privati. Dall'archeologia alla storia, dall'iconografia all'ampelografia, dalla botanica all'ingegneria dell'informazione fino alla biologia molecolare, i punti di forza del progetto sono la sua interdisciplinarietà e la replicabilità della metodologia d'indagine. Tra gli output ricordiamo la pubblicazione del volume "*Senarum Vineae. Il paesaggio urbano di Siena. Forme di recupero e valorizzazione dei vitigni storici*" e la creazione di itinerari guidati di enotrekking urbano e periurbano con soste di degustazione.
- L'Associazione presenta a Montalcino la ricerca "**Analisi delle strategie, performance e prospettive di Brunello di Montalcino, Vernaccia di San Gimignano e Vino Nobile di Montepulciano sul mercato UK**", condotta da Manuela Gabbai (Città del Vino) e Benedetto Rocchi (Università di Firenze).

2010

- Nell'ambito della convenzione con l'Associazione Vino&Salute, le Città del Vino finanziano **una ricerca dal titolo "Attività antiossidante e antinfiammatoria del vino rosso e dei suoi costituenti"**, condotta dal Dipartimento Scienze Ambientali dell'Università degli Studi di Siena, che mette in evidenza il reale effetto biologico dell'alimento vino e crea una base di studio razionale per lo sviluppo di prodotti polifenolici con attività antiossidante ed antinfiammatori.

- L'Associazione **sostiene la tassa di soggiorno**, nella convinzione che - se ben spiegata - possa diventare uno strumento su cui investire e non solo un semplice balzello, una piccola spesa in più meglio accettata dai turisti se serve a migliorare l'ambiente e la qualità dell'offerta turistica ma a patto che venga effettivamente ed efficacemente utilizzata per progetti di crescita, di potenziamento dei servizi e di sviluppo locale.

2011

- E' online il **nuovo portale www.terredelvino.net**, frutto della collaborazione con Sincro Consulting spa, un modo nuovo di comunicare con e per le Città del Vino, che prosegue le attività informative già portate avanti negli anni precedenti dal sito **www.cittadelvino.it**. La visibilità degli articoli pubblicati su *www.terredelvino.net* è incrementata dalla diffusione sui social network, Facebook e Twitter, e da un servizio periodico di Newsletter.
- **I 150 anni d'Italia in un vino**: arriva il “rosso tricolore” dell'Unità del Paese che racchiude in un'unica bottiglia l'Italia del vino, una selezione dei vini da vitigni autoctoni più rappresentativi - dal Sangiovese al Sagrantino, dalla Barbera al Nebbiolo, dalla Corvina al Montepulciano, passando per Aglianico, Primitivo e Nero d'Avola fino al Cannonau - dei territori di tutte le regioni italiane, dalla Val d'Aosta alla Sicilia.
- L'11 giugno, in occasione dell'Assemblea delle Città del Vino a Selargius (CA), l'Associazione prende una **posizione netta contro l'uso improprio del fotovoltaico nelle aree rurali** e sulle relative speculazioni.
- **“Un Mondo di Luce a costo zero”** : un progetto al centro dell'accordo siglato tra Città del Vino e Gruppo Beghelli, al fine di fornire un supporto ai Soci - Comuni, Province, Parchi e Comunità Montane ma anche alle aziende private - nell'adozione di soluzioni vantaggiose per la sostenibilità, l'efficienza energetica e la sicurezza domestica. Grazie a convenzioni che permettono agli enti pubblici di adottare nuove tecnologie e di usufruire di servizi di assistenza ad esse correlati, è possibile sostituire a costo zero gli impianti di illuminazione pubblica interni ed esterni con lampade ad alto risparmio energetico. Al beneficio ambientale (risparmio energetico e riduzione di CO₂), si uniscono quello occupazionale (possibilità di impiegare manodopera locale) e quello finanziario (risparmio fino al 60% dei costi di illuminazione pubblica).
- In collaborazione con la Fondazione Monte dei Paschi di Siena l'Associazione promuove la ricerca **“Sistema vino 2020: prospettive sui mercati internazionali per i vini toscani”**, condotta da Manuela Gabbai e Gianluca Stefani, ricercatori dell'Università di Firenze - Dipartimento di Scienze delle Produzioni Vegetali del Suolo e dell'Ambiente Agroforestale.
- Nelle sale del maestoso Palazzo Caracciolo-Cito (già sede della Scuola del Gusto) di

Torrecuso (BN) viene allestito il **Museo Enologico di Arte Contemporanea**: oltre sessanta opere ispirate alla civiltà del vino, molte delle quali appartenenti alla mostra itinerante "Il vino si fa immagine" organizzata in occasione del Ventennale dell'Associazione, resteranno nella terra sannita per trent'anni, grazie ad un accordo tra il Comune di Torrecuso e le Città del Vino. A curare l'operazione in ogni sua fase, dalla scelta degli artisti all'esecuzione delle opere fino alla presentazione critica, è il professor Nino D'Antonio. Gli artisti in mostra: Salvatore Ciaurro, Luigi Grossi, Carlo Cordua, Elio Mazzella, Luigi Mazzella, Vincenzo Murano, Rosario Mazzella, Ferdinando Ambrosino, Giovanni Ariano e Nicola Ferrara.

- A dicembre l'Associazione CdV inaugura **CittàdelVinoLab, laboratorio e centro di formazione** che si propone di fornire alle amministrazioni locali gli strumenti più idonei a promuovere il buon governo e il benessere collettivo nei territori del vino, dalle migliori pratiche da applicare in modo concreto per la gestione dei territori ai temi dell'ambiente e della sostenibilità dello sviluppo, dalla formazione del personale addetto alle Strade del vino alla formazione degli operatori che sul territorio devono poi lavorare a contatto con i giovani, ad esempio affrontando il delicato tema del rapporto tra giovani e alcol.
- **“Un'Italia, 150 piatti 150 vini 150 territori”**: per celebrare l'anniversario dell'Unità di Italia, l'Associazione pubblica, in collaborazione con l'Associazione SapereSapori, un volume di ricette regionali selezionandole tra quelle inviate da ristoranti, agriturismi, chef, pro loco, comuni, strade del vino e comunità montane, ed abbinandole ad altrettanti vini locali scelti tra quelli premiati da La Selezione del Sindaco. Il volume è stato oggetto di eventi di presentazione e degustazione a Udine (GOOD, 2011), a Volta Mantovana ("A Volta per star bene", 2011), a Macerata Campana (Festa di Sant'Antuono, 2012) e presso l'Istituto Italiano di Cultura di Marsiglia (dicembre 2012).

2012

- Il 21 marzo l'Assemblea straordinaria e ordinaria dell'Associazione approva a Siena il **nuovo Statuto e il nuovo Regolamento interno**. Possono aderire all'Associazione, in qualità di soci ordinari i Comuni, italiani e non, che danno nome ad un vino o nei quali si producono vini a denominazione di origine o a indicazione geografica, o che documentino un'adeguata tradizione enologica connessa a valori di carattere ambientale, storico e culturale, o produttivo; possono aderire inoltre Province, Regioni, Comunità montane, Unioni Comunali, Associazioni di Comuni nelle diverse connotazioni regionali. Lo Statuto impegna i Comuni a recepire nello Statuto Comunale come valori fondamentali la vitivinicoltura di qualità, il paesaggio e l'ambiente, le produzioni tipiche, la cultura dell'ospitalità, la qualità della vita; ad aderire alla Selezione del Sindaco ed a Calici di Stelle; ad adottare la Carta della Qualità; a introdurre nell'ambito della propria

pianificazione e gestione territoriale i principi della metodologia del Piano Regolatore delle Città del Vino e della certificazione ambientale. Impegna inoltre tutti i soci a promuovere ed aderire alle attività formative dell'Associazione, a contrastare e disincentivare l'introduzione di materiale geneticamente modificato in agricoltura, a favorire la produzione di prodotti tipici locali e artigianali, a favorire l'inserimento nei programmi scolastici corsi di educazione al gusto tutelando i diritti degli alunni ad una corretta alimentazione ed alla conoscenza delle tradizioni locali, a introdurre e sostenere il risparmio e l'efficienza energetica.

- Il 21 marzo l'Assemblea straordinaria e ordinaria dell'Associazione approva a Siena la "**Carta della Qualità**", che introduce 10 punti funzionali ad individuare i criteri di valutazione delle politiche adottate da ogni Comune socio: Tutelare il paesaggio del vino, Semplificare le procedure amministrative per le imprese del settore del vino, Rendere evidente la percezione del vino, Rendere fruibile la cultura del vino, La strada del vino, L'enoteca del territorio, Il vino nella ristorazione, Vino e ambiente, Vino e creatività, Il calendario del vino.
- In aprile sono quasi 2.000 (fra scuole elementari e medie) gli alunni che hanno partecipato all'edizione 2012 de "**La Fattoria degli Studenti**", l'iniziativa didattica promossa dalla CIA con il supporto dell'Associazione delle Città del Vino e di altri enti, che da quattro anni guida i giovanissimi abitanti della provincia di Siena a conoscere i segreti e i sapori del territorio in cui abitano. Gli incontri si svolgono in aula e in fattoria alla presenza di esperti di didattica alimentare, agricoltori e conoscitori del settore (come agricoltori e artigiani pensionati, imprenditori agricoli biologici, produttori di miele, pastori, fornai, allevatori) ai quali viene affidato il compito di trasmettere l'esperienza diretta e i saperi antichi della campagna. La Fattoria degli Studenti prosegue le attività del progetto "**Studenti DOC**" precedentemente sostenuto da ANCV insieme all'Unione Italiana Vini, con il contributo ed il patrocinio delle amministrazioni provinciali e locali di Siena, Firenze e Perugia e con la partecipazione dei consorzi attivi nella tutela e promozione dell'olio e del vino più tipici dei territori di riferimento.
- A giugno, con il **corso "Modelli di marketing per i territori del vino"**, a Castelnuovo Berardenga (Si), CittàdelVinoLab mette a confronto amministratori pubblici ed operatori del turismo enogastronomico per aiutarli ad impostare un piano d'azione e i relativi strumenti operativi, attraverso un lavoro di analisi della domanda e dell'offerta e la messa a fuoco degli aspetti critici e dei punti di forza del territorio. Il progetto formativo coinvolge tutti coloro che a vario titolo costituiscono la filiera della produzione e del turismo del vino, nel "comunicare al visitatore" il valore aggiunto e l'identità del territorio al fine di creare un

legame emozionale stabile con ospiti ed abitanti.

- Per l'11° anno consecutivo APC (Associazione Produttori Camper) e ANFIA, in collaborazione con ANCI, Associazione Città del Vino e Città Termali, promuovono il **bando “I Comuni del Turismo all’Aria Aperta”**. L’iniziativa premia i Comuni italiani che presenteranno i 5 progetti migliori, uno per ciascuna categoria in concorso (Nord, Centro, Sud e Isole, Città termali, Città del Vino), per la realizzazione di aree di sosta multifunzionali e integrate con il territorio, secondo i criteri di uno sviluppo turistico ecosostenibile.
- La linea green di Città del Vino si rafforza con la prima edizione del **“Premio Impronte d’eccellenza. Tecniche agronomiche sostenibili per una viticoltura di valore”**, organizzato con la collaborazione dell’Azienda Cifo per promuovere tra le aziende vitivinicole l’uso di prodotti naturali e biocompatibili nella conduzione dei vigneti. Il primo Premio Impronte d’Eccellenza viene assegnato all’azienda Ca’ Lustra e al suo Comune Cinto Euganeo (Pd) nel corso della premiazione in Campidoglio dei vincitori della dodicesima edizione de La Selezione del Sindaco.
- L’Associazione avvia la **riflessione tra i suoi associati sul tema del consumo del suolo, del riuso del suolo edificato e della valorizzazione delle aree agricole**, con approfondimenti costanti sulle diverse proposte di legge (a partire da quella presentata dal Ministro Catania a Roma il 24 luglio 2012) e contributi espressi in materia da esperti, associazioni e rappresentanti delle istituzioni.
- L’Associazione entra a far parte del **Gruppo di Lavoro “Sviluppo delle filiere agricole di qualità ecologica” del Consiglio Nazionale della Green Economy**, l’organismo formato da 66 organizzazioni di imprese rappresentative dell’economia verde italiana in collaborazione con il Ministero dell’Ambiente e il Ministero dello Sviluppo Economico. Da allora ha partecipato a tutte le sessioni annuali con approfondimenti (difesa e utilizzi sostenibili del suolo, agricoltura multifunzionale, produzione biologica e di filiera corta, cinture verdi urbane per l’agroalimentare di qualità ecologica, introduzione del “Made Green in Italy” e valutazione dell’impronta ambientale) che di anno in anno hanno contribuito alla stesura dei documenti che a novembre vengono presentati a Rimini in occasione degli Stati Generali della Green Economy.
- A Vittorito (L’Aquila) si inaugura in agosto il **restauro del Ciborio di San Michele Arcangelo danneggiato dal terremoto**, restauro finanziato con il contributo di € 15.000 dell’Associazione delle Città del Vino (iniziativa di solidarietà Selezione del Sindaco 2009).

2013

- L'Associazione partecipa alla consultazione pubblica aperta dal Ministro Barca sul documento “*Metodi e obiettivi per un uso efficace dei Fondi comunitari 2014-2020*” inviando al Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione economica un articolato contributo con una serie di proposte operative in rapporto ad alcune delle tematiche affrontate da Barca. Questo l'indice del **Rapporto “Programmazione europea 2014-2020. Valutazioni e orientamenti delle Città del Vino”**: Introduzione, Perché è stato così difficile spendere i soldi provenienti dall'Europa?; Ambiente, Agricoltura, Governance territoriale: un futuro fertile tutto da costruire; Ridare centralità all'agricoltura. Le lunghe derive di trasformazione delle produzioni agroalimentari in Italia; La governance territoriale. Regolare la città a partire dalle esigenze della campagna; Cultura ambientale e Ambiente culturale; L'analisi dei dati; Le linee progettuali delle Città del Vino: Agenda digitale, Competitività dei sistemi produttivi, Tutela dell'ambiente e valorizzazione delle risorse culturali e ambientali.
- A marzo l'Associazione partecipa con un suo contributo su come affrontare la sfida dell'adattamento ai cambiamenti climatici tenendo conto dei rischi e delle prospettive legate al rapporto tra clima e vino, all'**Audizione dedicata al tema del clima e rischi ambientali nell'ambito del Tavolo tecnico B "Valorizzazione, gestione e tutela dell'ambiente"**, uno dei quattro Tavoli tecnici di confronto partenariale per la predisposizione della Proposta di accordo di partenariato previsto dal documento "Metodi e obiettivi per un uso efficace dei fondi comunitari 2014-2020" del Ministro Barca.
- A maggio l'Associazione organizza a Castelvenere (Bn) un **convegno dal titolo “La zonazione viticola nel contesto del PUC”** per approfondire il tema della Pianificazione urbanistica per una viticoltura di qualità nella wine valley del Sannio. Molto interessanti, tra gli altri, gli interventi “*Zonazione dei Terroir Viticoli: Definizione, Influenza, Fattori esplicativi, Problematica, Metodologia, Valorizzazione*” del Direttore di Ricerca dell'INRA (Francia) René Morlat e “*La zonazione viticola: uno strumento di valorizzazione del territorio di Castelvenere*” di Antonio P. Leone, primo ricercatore CNR-ISAFoM.
- A luglio tredici comuni del Sannio (Guardia Sanframondi, San Lorenzo Maggiore, San Lupo, Ponte, Torrecuso, Foglianise, Paupisi, Vitulano, Solopaca, Castelvenere, Cerreto Sannita, Telesse Terme, Benevento) firmano un **Protocollo d'intesa per lo sviluppo sostenibile dell'economia del vino, dei servizi e della governance territoriale** con l'Associazione Nazionale Città del Vino, Provincia di Benevento, CCIAA di Benevento, Università degli Studi del Sannio, Consorzio di tutela vini del Sannio, Gal Titerno, Gal Taburno.

- Con un intervento su "*Spazi rurali e spazi urbani: il ruolo della rete delle Città del Vino*", l'Associazione nazionale delle Città del Vino ha portato il proprio contributo al **workshop “Reti di città & Spazi pubblici” nell'ambito della II Biennale Spazio Pubblico**, organizzata dall'Istituto Nazionale di Urbanistica insieme all'ANCI.
- In occasione della Convention degli Ambasciatori delle Città del Vino (Guardia Sanframondi - BN, 30 agosto - 1 settembre), l'Associazione lancia **“CHI LI HA VISTI? - Censimento dei palmenti in Italia”** invitando istituzioni, amministrazioni locali, università, associazioni e cittadini a segnalare sia la presenza - ed eventualmente l'accessibilità e lo stato di conservazione - di evidenze storiche riconducibili alle caratteristiche peculiari dei palmenti, sia l'esistenza di pubblicazioni, studi e approfondimenti già prodotti sull'argomento. Obiettivo della campagna era quello di promuovere il recupero e la valorizzazione di tali manufatti, a partire da una prima mappatura fino alla progettazione di iniziative di carattere culturale, educativo ed enogastronomico in cui i palmenti e il contesto paesaggistico diventassero volano di richiamo turistico e di rilancio economico.
- Per celebrare il cinquantesimo anniversario della nascita delle Doc in Italia, l'Associazione presenta a Vinitaly il volume **“50 Doc. 50 anni di denominazioni d'origine a tutela del vino italiano”**, pubblicato con la collaborazione di SaperiSapori&Gustolandia di Progetto WebFl@vors. Edito da Ci.Vin srl, il libro racconta le prime 50 Denominazioni italiane, abbinate a prodotti e piatti della tradizione locale e con introduzione a firma del professor Mario Fregoni (presidente del Comitato Nazionale Vini Doc ed estensore della seconda legge sulle DOC, la 164/92).

2014

- E' online il nuovo portale **www.cittadelvino.it**, frutto della collaborazione con CONNECTIS s.r.l., che innova e prosegue le attività informative già portate avanti negli anni precedenti dal sito *www.cittadelvino.it* e dal portale *www.terredelvino.net*. La visibilità delle comunicazioni è incrementata dalla diffusione sui social network, Facebook e Twitter, e da un servizio periodico di Newsletter.
- **“#CAMPOLIBERO: le proposte delle Città del Vino”**: accogliendo positivamente l'invito a partecipare alla creazione del piano di azioni del Governo per l'agroalimentare italiano, l'Associazione invia al Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali una serie di idee e suggerimenti mirati in particolare allo sviluppo e al rilancio della vitivinicoltura: Interventi diretti a sostenere il ricambio generazionale in agricoltura e la competitività delle filiere produttive territoriali, Crescita del capitale umano e qualificazione delle risorse

- professionali, Promozione di start up innovative e imprese sociali, Rafforzamento della capacità di adattamento ai cambiamenti strutturali dei sistemi produttivi, Soluzioni per smart cities and communities, Sviluppo di attività imprenditoriali legate alla Green Economy, Tutela e promozione degli asset naturali e culturali legati all'agricoltura e all'agroalimentare.
- Partecipazione al **Forum Universale delle Culture dell'UNESCO** tenutosi in Campania dal 25 aprile al 22 giugno. Nell'ambito del tema affidato al Comune di Benevento ("*Itinerari territoriali e culturali dell'alimentazione e dell'enogastronomia nell'ambito della sviluppo sostenibile*"), l'Associazione ha organizzato tre “dialoghi sul vino” ("*La viticoltura nella storia del Mediterraneo*", "*Vino e salute: dal french paradox al consumo moderato e consapevole*", "*Il paesaggio vitivinicolo: UNESCO e dintorni*") nel corso dei quali esperti ed ospiti di alto livello culturale hanno approfondito alcune delle suggestioni del Forum, oltre a degustazioni guidate di vini provenienti da diverse regioni italiane e alla mostra "*Winescapes. L'arte del paesaggio - Fotografie di paesaggi vinicoli*" di Mark Cooper.
 - Il coordinamento degli Ambasciatori delle Città del Vino istituisce il “**Premio Internazionale Ambasciatori delle Città del Vino**”, riservato ad autori di testi tecnici, scientifici ma anche narrativi, che contribuiscono alla crescita di tutto il movimento che sta intorno alla filiera vitivinicola e che siano stati pubblicati in Italia o in altri Paesi nei due anni precedenti il bando. Il premio (che consiste in un diploma dal puro valore simbolico) è assegnato per ciascuna delle seguenti sezioni: storia-cultura-ricerca; viticoltura; enologia; economia e legislazione della vite, del vino e dei prodotti derivati; vino, prodotti del settore vitivinicolo e salute. La commissione giudicatrice è presieduta dal presidente nazionale degli Ambasciatori delle Città del Vino Mario Fregoni (ex ordinario di Viteicoltura presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza, Presidente onorario OIV) e composta da Paolo Balsari (ordinario di Meccanica Agraria all'Università di Torino), Luigi Moio (ordinario di Enologia all'Università di Napoli), Fabrizia Fiumi (docente di lettere presso il Liceo di Imola), Giorgio Rinaldi (Acc. Master, membro di giunta dell'Associazione Italiana Sommelier di Milano). I **vincitori della prima edizione** sono: Enoteca Italiana - *Atlante dei territori del vino italiano* (Geografia dei territori vitivinicoli) Nicodemo Librandi - *Il Gaglioppo e i suoi fratelli* (Ampelografia), Luigi Odello - *Il Codice Sensoriale del vino* (Analisi sensoriale del vino), Azienda Librandi - *Calabria. Valorizzare con metodi moderni un'antica vocazione vinicola* (Enologia), Marco Lisi - *Sulle tracce della Vernaccia* (Storia vitivinicola), Azienda Colomba Bianca - *Le Uve raccontano-Sicilia. 2012, 2013* (Ecologia viticola), Stefano Tomiato - *Un'antica produzione scomparsa: la viticoltura in Lomellina* (Archeologia viticola), Gabriel Yravedra - *El fraude de la chaptalization en vinos de la Union Europea* (Legislazione vinicola europea), Saveria Sesto et coll. - *Il sughero: frutto di*

Madre Natura da salvaguardare e non sprecare (Vino e rispetto ambientale), Rossano Pazzagli - *Il Buon Paese. Territorio e gusto nell'Italia del vino* (Il gusto italico nei territori del vino), Basilio Ventura - *L'odore della terra e l'ombra dell'uomo* (Poesia del vino).

- A luglio l'Associazione organizza un convegno presso la Sala Consiliare del Comune di Olevano Romano, dal titolo **“A.A.A.: Agricoltura, Aree interne, Aree metropolitane, tre nodi cruciali per lo sviluppo locale prossimo venturo”** per avviare il dibattito sull'evoluzione del rapporto tra la città e l'ambiente agricolo, sulle nuove misure nazionali di governance territoriale e sulla rimodulazione della dimensione territoriale intermedia dopo la soppressione delle Province. L' incontro è anche l'occasione per lanciare un **progetto nazionale di sviluppo locale nei territori a vocazione vinicola**, che prevede la creazione di un Osservatorio che attraverso l'analisi dei contesti, dei bisogni e delle risorse disponibili possa aiutare le Città del Vino ad acquisire risorse e a ridurre i tempi dei finanziamenti resi disponibili dai fondi comunitari (FESR, FSE, FEASR, FEAMP) per interventi in materia di tutela del territorio, valorizzazione delle risorse naturali e culturali e turismo sostenibile, sistemi agro-alimentari e sviluppo locale, risparmio energetico e filiere locali di energia rinnovabile, saper fare e artigianato.

2015

- A maggio l'Associazione partecipa con un contributo su “Strade e Città del Vino” **al workshop “Dalla strada al territorio: itinerari culturali e percorsi tematici” tenutosi nell'ambito della III Biennale dello Spazio Pubblico**, manifestazione promossa da INU (Istituto Nazionale Urbanistica), INU Lazio, CNAPPC (Consiglio Nazionale Architetti P.P.C.) e Ordine degli Architetti P.P.C. di Roma e Provincia, con la partecipazione dell'Università di Roma Tre.
- In occasione della Convention d'Autunno che si svolge a Genzano di Roma dal 16 al 18 ottobre, l'Associazione organizza il **convegno "Città del Vino che volano: vino e politica, tra rappresentazione e rappresentatività"**, con la partecipazione tra gli altri di Valeria Lingua (ricercatrice del Dipartimento di Architettura - Laboratorio Regional Design dell'Università di Firenze) e di Davide Marino (Professore Associato di Economia ed Estimo Rurale presso la Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali dell'Università del Molise) che relazionano rispettivamente sul Progetto AGIRE per il trasferimento di conoscenze ed esperienze relative al PRG tra alcune Città del Vino (Bomporto, Rapolano Terme, Torrecuso), la Regione Campania e l'Università di Perugia, la prima, e su alcuni argomenti di grande interesse per le amministrazioni locali in tema di sviluppo agricolo e urbanistico, quali viticoltura e gestione delle aree interne, Food Urban Policy, tutela del paesaggio e sostenibilità, il secondo.

2016

- A marzo l'Associazione si propone ai suoi associati come punto di riferimento, sostegno e consulenza per **l'inserimento nel Registro dei Paesaggi Storici** istituito dal Ministero delle politiche agricole per censire i territori, le pratiche agricole e le conoscenze tradizionali ritenute di particolare valore, preservarne la diversità bio-culturale e promuovere le attività di ricerca che approfondiscono i valori connessi con il paesaggio rurale e la sua salvaguardia, gestione e pianificazione.
- A marzo torna **“Terre del Vino. Viaggiare Bere Mangiare Vivere meglio”**, il periodico cartaceo dell'Associazione edito da Ci.Vin. che da questa edizione si avvale del partenariato con **“Vie del Gusto”**.
- Si svolge ad aprile nella zona dello Champagne, in Francia, lo **Stage per i Giovani Viticoltori europei** che ogni anno l'Associazione organizza in collaborazione con Recevin per offrire agli studenti italiani la possibilità di confrontarsi con le realtà dei loro coetanei europei su tematiche di grande attualità nel settore della viticoltura. Precedenti edizioni si sono tenute a Siena, Narbonne, Marsala, Roma, Franciacorta, Borgogna, Cartaxo-Portogallo (2010) e Villany-Ungheria (2011), Georgia (2012), Israele (2015).
- Presso l'Auditorium del Collegio dei Gesuiti di Alcamo si tiene, in aprile, un **convegno dal titolo "Coltivare la città: Piano Regolatore delle Città del Vino e Urban Food Planning"**, organizzato dall'Associazione Nazionale delle Città del Vino con il patrocinio e la collaborazione della Strada del Vino Alcamo doc. Gli interventi dei relatori Davide Marino (Docente di Economia Rurale all'Università del Molise), Pietro Columba (Docente di Economia agraria ed estimo dell'Università di Palermo) e David Palterer (Docente di Architettura del Politecnico di Milano Polo di Mantova), sono interessanti contributi al lavoro di aggiornamento del Piano Regolatore delle Città del Vino, che deve oggi tenere conto delle trasformazioni delle aree urbane e rurali e delle nuove relazioni tra fra cultura urbana e mondo agricolo.
- A maggio, in occasione delle manifestazioni dedicate all'area del Prosecco Superiore Docg ConeglianoValdobbiadene Città Europea del Vino 2016, presso l'Aula Magna della Scuola Enologica "Cerletti" vengono consegnati gli attestati della **seconda edizione del “Premio Internazionale Ambasciatori delle Città del Vino”**. Il primo premio è assegnato a Flavia Cristaldi e Delfina Licata, le due autrici del libro *“Nel solco degli emigranti. I vitigni italiani alla conquista del mondo”* (Storia viti-enologica internazionale), seguito dai riconoscimenti a Giovanni Gregoletto - *Vite ambulante e viticoltura*, Carla Benocci, *La pergola d'uva e il vino. Le vigne Sforza Cesarini a Roma e nel Lazio*, Beppe Sangiorgi e

Giordano Zinzani - *Sangiovese vino di Romagna*, G. Gregoletto-C. Moriggi-P. Antoniazzi-M. Leonardon-E. Dal Zotto - *Accidenti, malattie e parassiti della vite*, Saverio Sesta e altri autori - *Collezione artistica del patrimonio ampelografico della Calabria*, Alice Lupi - *Raccolta di poesie "Il vino è spiritoso"*.

2017

- L'Associazione si aggiudica il finanziamento previsto dal **Bando "Sostegno ai giovani talenti"** indetto dalla Dipartimento della Gioventù e del Servizio civile nazionale della Presidenza del Consiglio dei Ministri per promuovere l'innovazione sociale e tecnologica. La fase operativa del progetto presentato dalle Città del Vino ("**Il paesaggio del vino: nuove forme di conoscenza del territorio**") coinvolgerà 5 regioni - Sicilia, Calabria, Toscana, Piemonte e Lazio - e in particolare le province di Catania, Reggio Calabria, Siena, Cuneo e Roma. Questi i numeri del progetto, della durata di 18 mesi a partire da novembre 2016: 15 giovani e 750 studenti rispettivamente da impiegare e coinvolgere su modalità innovative di lettura del paesaggio e della cultura del vino; 60 Comuni tra attori pubblici e privati insieme a 5 province, 5 assessorati regionali, 10 istituti superiori, 5 università, 4 parchi ambientali e 25 istituzioni culturali; 750 questionari per la verifica della soddisfazione dei beneficiari diretti del progetto; 15.000 contatti sito internet per azioni di verifica della soddisfazione dei beneficiari e di promozione del modello di valorizzazione del paesaggio.

1.2 Attività editoriali e di approfondimento

Editoria:

- **Rivista cartacea mensile "TERRE DEL VINO. VIAGGIARE, BERE, MANGIARE, VIVERE MEGLIO"**, dedicata alle attività dei Comuni Città del Vino, al turismo enogastronomico, alla valorizzazione dei territori del vino e delle loro tipicità. Dopo qualche anno di arresto, all'inizio del 2016 la rivista ha ripreso le sue uscite con cadenza trimestrale.
- "**Guida annuale alle Città del Vino**", un almanacco sui Comuni associati, con ricette, prodotti tipici e schede sui vini, città per città (dal 2002 al 2005).
- "**Vini da vedere**", la guida delle aziende, i vini e i Comuni vincitori del concorso enologico La Selezione del Sindaco (dal 2003 al 2009).
- "**Guide dei Vini. Selezione di eccellenza**", suddivise per macro aree (Nord Est, Nord Ovest, Centro, Sud e Isole), a cura di Gigi Brozzoni del Seminario Permanente Veronelli per la collana "Selezione d'Eccellenza" (dal 2009 al 2013).
- Collana **Quaderni delle Città del Vino**, su temi culturali, tecnici, economici e sociali.

- Nino d'Antonio, Ci.Vin. Editore: **“A passo d'uomo nelle terre del vino”** (a quattro mani con Riccardo Cotarella, 2015), **“Un tris vincente - Angelo Maci, I vini del Salento, le Cantine Due Palme”** (2013), **“Riccardo Cotarella. Quasi un ritratto”** (2012), **“Don Calò - Venti racconti intorno al vino”** (2011), **“Incontri in cantina”** (2009), **“Campania. Le città del Vino”** e **“Uomini e Vini - Venti ritratti a tutto tondo”** (2007), **“II vini che fanno la storia. La civiltà Arbëreshe del Pollino”** (2006), **“Costa d'Amalfi. Borghi Divini”** (2005), **“Vini e gente di Sicilia”** (1995)
- Magda Antonioli Corigliano, **Enoturismo. Caratteristiche della domanda, strategie di offerta e aspetti territoriali e ambientali**, Franco Angeli Editore, Milano, 1996
- Massimo Corrado-Pierluigi Piccini-Elio Archimede (a cura di), **Città del Vino. 10 anni di idee per il territorio**, Gribaudo, 1997
- Magda Antonioli Corigliano, **Strade del vino ed enoturismo. Distretti turistici e vie di comunicazione**, Franco Angeli Editore, Milano, 1999
- Silvia Gatti, **La valorizzazione delle produzioni tipiche. Gli itinerari enogastronomici dell'Emilia Romagna**, Franco Angeli Editore, Milano, 2001
- Riccardo Pastore, **Il marketing del vino istruzioni per l'uso**, Franco Angeli Editore, Milano, 2002
- Donatella Cinelli Colombini, **Manuale del turismo del vino**, Franco Angeli Editore, Milano 2003
- Giacomo Tachis, **Il Vinsanto in Toscana**, Ci.Vin. Editore, Siena 2003
- **Strade del vino e dei sapori della Calabria**, Ci.Vin. Editore, Siena 2003
- Attilio Scienza, **Dizionario dei vitigni antichi minori italiani**, Ci.Vin. Editore, Siena 2004
- Iole Piscolla, **In viaggio attraverso l'Italia del gusto: Guida agli eventi gastronomici d'Italia**, Ci.Vin. Editore, Siena, 2004
- Iole Piscolla, **Le strade del vino e dei sapori d'Italia**, Ci.Vin. Editore, Siena 2003 e 2005
- Andrea Ciacci-Andrea Zifferero, **Vinum**, Ci.Vin. Editore, Siena 2005
- Mara Rossoni, **Uva e Vino, le proprietà delle più piccole molecole**, Ci.Vin. Editore, Siena 2005
- Christoph Baker, **Il vino spiegato ai miei figli**, Ci.Vin. Editore, Siena 2005
- ANCV, **“Il Piano Regolatore delle Città del Vino. Linee metodologiche per valorizzare i comprensori vitivinicoli di qualità nella disciplina territoriale ed urbanistica delle aree rurali”**, I quaderni delle Città del Vino, Ci.Vin Editore, Castelnuovo Berardenga 2006
- Attilio Scienza, **Atlante dei Vini Passiti Italiani**, Gribaudo, 2006

- Andrea Ciacci-Andrea Zifferero-Paola Rendini, **Archeologia della Vite e del Vino in Etruria. Atti del Convegno internazionale di studi di Scansano (GR)**, Ci.Vin. Editore, Siena 2007
- Iole Piscolla, **Arkevino: guida alle strade del vino e dei sapori**, Ci.Vin. Editore, Siena, 2008
- AA.VV., **Vino e paesaggio. Materiali per il governo del territorio**, Ci.Vin. Editore, Siena, 2009
- Carlo Bolognesi, **Manuale del turismo enogastronomico culturale. Come fare sistema territoriale tra operatori pubblici, privati ed associazioni**, Ci.Vin. Editore, Siena, 2010
- P. Carlo Tesi, **Risolvere il conflitto tra usi agricoli e usi energetici del suolo agrario. Un nuovo compito per il Piano Regolatore delle Città del Vino**, Ci.Vin. Editore, 2011
- Gigi Brozzoni, **Bere dolce Italia. Repertorio dei vini passiti e da dessert**, Ci.Vin. Editore, Siena, 2011
- ANCV, **Un'Italia, 150 piatti 150 vini 150 territori**, Ci.Vin. Editore, Siena, 2011
- Andrea Ciacci- Myriam Giannace, **Senarum Vinea. Il paesaggio urbano di Siena. Forme di recupero e valorizzazione dei vitigni storici**, Nuova Immagine editrice, Siena 2012
- ANCV, **50 Doc. 50 anni di denominazioni d'origine a tutela del vino italiano**”, Ci.Vin. Editore, Siena, 2013
- Rossano Pazzagli, **Il Buonpaese. Territorio e gusto nell'Italia in declino**, Felici Editore, 2013
- ANCV, **“Verso la pianificazione agricola e alimentare. Un'ipotesi di sviluppo per le Città del Vino”**, Franco Angeli 2017

Pubblicazioni online:

- ANCV, **“Città del vino in un click”**, in collaborazione con Plein Air (2012)
- ANCV, **“Il nuovo alfabeto delle Città del Vino per il terzo millennio”** (2012)
- ANCV, **Guida enoturistica del Comune di Fossacesia - CH** (2015)
- ANCV, **Guida enoturistica del Comune di Tollo - CH** (2015)
- ANCV, **Guida alle Città del Vino del Nord, Centro e Sud Italia** (2015)

Studi e approfondimenti:

- Maggio 2011: **Risolvere il conflitto tra usi agricoli e usi energetici del suolo agrario**
- Luglio 2011: **L'integrazione degli immigrati nelle Città del Vino**

- Gennaio 2012: **Alcol e sicurezza stradale: i risultati della ricerca “Strade sicure nelle Città del Vino”**
- Marzo 2012: **Un futuro fertile tutto da costruire: le lunghe derive di trasformazione delle produzioni agroalimentari**
- Luglio 2012: **Green Economy**
- Settembre 2012: **Enoturismo nell’Oltrepò Pavese**
- Novembre 2012: **Una nuova reciprocità tra città e campagna**
- Gennaio 2013: **Rapporto “Programmazione europea 2014-2020. Valutazioni e orientamenti delle Città del Vino**
- Marzo 2013: **Clima e rischi ambientali: promuovere l’adattamento climatico, la prevenzione e la gestione dei rischi**
- Maggio 2013: **Spazi rurali e spazi urbani: il ruolo delle Città del Vino**
- Giugno 2013: **Città del Vino sul consumo del suolo**
- Settembre 2013: **I palmenti, testimonianze di archeologia rurale nel Mediterraneo**
- Ottobre 2013 **La strategia Iter Vitis 2013-2015**
- Giugno 2014: **Il valore socioculturale del paesaggio rurale e vitivinicolo italiano**
- Luglio 2014: **A.A.A. Agricoltura, Aree interne, Aree metropolitane**
- Novembre 2014: **Osservazioni al PIT con valenza di Piano Paesaggistico della Regione Toscana**
- Maggio 2015: **Strade e Città del Vino. Dalla strada al territorio: itinerari culturali e percorsi tematici**
- Novembre 2015: **Città/aree rurali/produzioni di eccellenza: un nuovo equilibrio tra gestione del territorio e tutela del paesaggio nel senso della sostenibilità**
- Aprile 2016: **Coltivare la città: Piano Regolatore delle Città del Vino e Urban Food Planning**

1.3 Partecipazione a bandi e call paper europei e nazionali

2004

- Programma comunitario: **Leonardo da Vinci, Misura Projet pilotes. Titolo del progetto: “Professionaliser par la formation le milieu viticole des régions européennes afin d’intégrer l’exportation dans ses pratiques commerciales”**. Approvato dall’Unione Europea nel mese di settembre 2004, il Progetto di ingegneria e formazione professionale con durata triennale desidera rispondere ai bisogni di formazione delle piccole medie imprese del settore vitivinicolo e di tutti

gli attori della viticoltura di terroir. Il Progetto intende promuovere la dimensione europea di sistemi e pratiche nuove per la formazione professionale, adatte alle problematiche economiche, sociali e culturali di ogni territorio. Qualificare gli attori del mondo vitivinicolo, migliorarne la competitività sui mercati d'esportazione, sviluppare lo spirito d'impresa, favorire nuovi impieghi in ambito rurale, determinare per i giovani viticoltori nuovi metodi di formazione, questi sono gli obiettivi principali del progetto.

2006-2008

- Programma comunitario: **Leonardo da Vinci, Misura Projet pilotes. Titolo del progetto: “Ecoturisme – Biodiversité et Agrotourisme”**. Il progetto ha durata biennale.

2009

- **“Odyssea FIM” Marittimo Italia-Francia**. Firmato il 9 luglio 2009 ad Ajaccio, è partito ufficialmente l'accordo interpartenariale che darà il via al progetto Odyssea FIM - transfrontaliero Italia/Francia: progetto che intende legare i porti e le città marittime all'entroterra attraverso la creazione di itinerari turistici, in modo da far trarre vantaggio anche al territorio rurale dei benefici del turismo da diporto. I Partner: la Regione Corsica e l'Agenzia per il Turismo della Corsica, capofila del progetto, l'Associazione Nazionale Città del Vino (con il comune di Grosseto, il porto di Cala de' Medici, il comune di Suvereto e il comune di Viareggio), la Provincia di Pisa, l'Agenzia per il Turismo della Liguria e la Regione Liguria e la Rete dei Porti di Sardegna.

2007-2013

- Come Associazione Iter Vitis, le Città del Vino partecipano a due progetti transnazionali: il **Progetto di cooperazione nell'ambito del programma Italia-Malta**, con la collaborazione dell'IRVOS-Istituto Regionale per la Vite e l'Olio in Sicilia, e il **Progetto di cooperazione “Sur le traces de Magon”**, nell'ambito del programma ENPI (European Neighborhood Partnership Instrument) Italia-Tunisia 2007-2013.

2010

- Partecipazione al **Bando della Fondazione Telecom 2010 “I beni culturali invisibili, una risorsa italiana da valorizzare”** con il progetto Il sentiero dei palmenti: progetto di rilancio e valorizzazione dei pigiatoi per l'uva, del patrimonio viticolo autoctono e delle componenti paesaggistiche dell'Isola del Giglio (GR) e dell'area ionio-reggina meridionale (RC), in partenariato con Fondazione Rosselli, Comuni di Isola del Giglio (GR), Africo (RC), Bianco (RC), Bruzzano (RC), Casignana (RC), Ferruzzano (RC) e Sant'Agata del Bianco (RC), Province di Grosseto e Reggio Calabria, Parco Nazionale Aspromonte.
- Partecipazione all'“**Avviso pubblico a presentare progetti destinati a promuovere interventi**

nel settore delle politiche giovanili. Azione ProvincEgiovani Anno 2010” dell’UPI con un progetto dal titolo “Educazione alimentare di qualità” in partenariato con la Provincia di Grosseto, la Provincia di Salerno e l’Enoteca provinciale di Salerno.

- **Partecipazione al Bando "Coinvolgimento dei giovani nella valorizzazione delle specificità territoriali" lanciato dal Dipartimento della Gioventù della Presidenza del Consiglio dei Ministri e dall’ANCI, con tre progetti dal titolo “CU.L.T. - Cultura, Lavoro e Tipicità con i giovani” (Unione delle Colline Teatine - Abruzzo), “Ristorante-Museo a Km 0” (Comuni di Ginestra, Atella, Barile, Maschito, Roccanova - Basilicata), “Percorsi In Teverina” (Comuni di Castiglione in Teverina, Lubriano, Bagnoregio, Celleno, Civitella d’Agliano, Graffignano, l’Associazione Nazionale delle Città del Vino, il Consorzio Teverina e la Strada del Vino della Teverina - Lazio).**

2012

- **Partecipazione al Bando “Giovani per la valorizzazione dei beni pubblici” della Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale con il progetto “Un Museo da degustare!”, in partenariato con il Comune di Bianco (RC) e l’Associazione Megale Hellas.**

2013

- **Partecipazione al Bando della Fondazione Telecom 2013 “Beni invisibili. Luoghi e maestria delle tradizioni artigianali” con il progetto “Il maiale, la cassaforte del contadino: rilancio e valorizzazione delle tradizioni norcine”, in partenariato con la Fondazione Rosselli e l’Associazione “A Praca” Impresa Sociale di Belmonte Calabro (CS).**

2015

- **Partecipazione al Bando Presidenza del Consiglio dei Ministri (Dipartimento della Gioventù e del Servizio civile nazionale) “Sostegno ai giovani talenti” con il progetto “*Il paesaggio del vino: nuove forme di conoscenza del territorio*”.**

2015

- **Partecipazione al Bando Presidenza del Consiglio dei Ministri (Dipartimento della Gioventù e del Servizio civile nazionale) “Sostegno ai giovani talenti” con il progetto “*I mestieri del vino: recupero e salvaguardia di saperi e tradizioni*”.**

CAP. 2 LA CARTA DI IDENTITÀ DELLE CITTÀ DEL VINO

Questo capitolo vuole abbozzare un ritratto dell'universo delle Città del Vino sia dal punto di vista quantitativo attraverso i dati forniti dall'ISTAT e dall'ISPRA, sia dal punto di vista qualitativo offrendo una rapida panoramica di alcuni punti interesse presenti nei loro territori (come musei del vino e della cultura contadina, palmenti, viti centenarie, siti UNESCO, buone pratiche ambientali, ...). L'analisi mira ad offrire gli strumenti per una maggiore conoscenza delle caratteristiche, delle problematiche e delle eccellenze dei Comuni soci per meglio individuare i servizi e le proposte che l'Associazione potrebbe loro destinare.

2.1 Gli indicatori statistici

Gli indicatori presi in considerazione perché ritenuti più significativi per tracciare un confronto in percentuale con i valori medi dell'insieme degli 8.092 Comuni italiani (*dati ISTAT-Censimento 2011*), sono: *popolazione residente, giovani, laureati e diplomati, lavoro, redditi e mobilità, stranieri comunitari ed extracomunitari, abitazioni, famiglie con un solo componente, superfici agricole totali ed utilizzate, superfici coltivate a vite, ricettività, riduzione del suolo*. Il numero delle Città del Vino preso in considerazione al momento dell'elaborazione dei dati è di 407, numero che corrisponde alle amministrazioni comunali regolarmente associate al gennaio 2017, escludendo i comuni della Croazia e le altre tipologie di soci (associazioni, comunità montane, strade del vino, ecc.).

Per una visione più articolata, dal momento che l'attuale elenco dei soci copre un ampio spettro di profili demografici, le Città del Vino sono state clusterizzate in otto gruppi:

- **Cluster 8 - Le metropoli del vino** (*Roma e Palermo*)
- **Cluster 7 - Le grandi città del vino** (tra 110 mila e 50 mila residenti) (*12 CdV*)
- **Cluster 6 - Le medie città del vino** (da 20 a 49 mila residenti) (*33 CdV*)
- **Cluster 5 - Le piccole città del vino** (da 10 a 20 mila residenti) (*48 CdV*)
- **Cluster 4 - I grandi borghi del vino** (da 5 a 10 mila residenti) (*81 CdV*)
- **Cluster 3 - I medi borghi del vino** (da 2 a 5 mila residenti) (*133 CdV*)
- **Cluster 2 - I piccoli borghi del vino** (da mille a 2 mila residenti) (*57 CdV*)
- **Cluster 1 - Le comunità del vino** (meno di mille residenti) (*41 CdV*)

Innanzitutto ripercorriamo sinteticamente **le tre tappe della crescita dell'Associazione**: nel 1987

(anno della sua fondazione) i 46 Comuni associati rappresentavano lo 0,5% Comuni italiani, nel 2007 le 548 Città del vino italiane rappresentavano il 6,7% del totale, mentre attualmente i 407 Comuni associati rappresentano il 5% circa degli Comuni italiani, percentuale rilevante se si tiene conto della riduzione del numero di Comuni degli ultimi anni.

Ad un primo sguardo oggi **le Città del Vino rappresentano l'11,7% della popolazione complessiva (Tab. 1)**. Ma va considerata la presenza di due grandi metropoli (Roma e Palermo, con rispettivamente 2.617.175 e 657.561 abitanti), tolte le quali il numero degli abitanti delle CdV si riduce quasi della metà. Il **cluster più numeroso è quello dei “medi borghi del vino”** (133 comuni per un totale di 440.697 residenti) seguito ad una certa distanza **dai “grandi borghi”** (81 comuni per un totale di 598.567). Non è possibile fare un confronto con l'andamento evidenziato in occasione del ventennale dell'Associazione, poiché nel 2007 il numero e la distribuzione delle grandezze demografiche delle Città erano diverse. E' interessante però notare che nonostante allora le CdV fossero, come sopra ricordato, appena il 6,7% del totale dei Comuni italiani ne rappresentassero tuttavia il 15% della popolazione, con un rapporto quindi molto vicino a quello attuale. Pur comprendendo già a quel tempo aree metropolitane quali Roma e Firenze, la popolazione residente nelle Città del Vino era in crescita soprattutto nei nuclei urbani e nelle case sparse, a fronte di una opposta tendenza a livello nazionale.

Tabella 1 - Popolazione residente. Numero di comuni associati, percentuale della popolazione sul totale e popolazione media. Valori assoluti e percentuali. Anno 2011

	Popolazione residente	Numero Comuni	Valore % del cluster su totale	Media popolazione residente	Popolazione sul totale nazionale
Italia	59.433.744			7.345	100
CdV	6.936.815	407	100,0	17.044	11,7
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	3.274.736	2	47,2	1.637.368	5,5
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	893.130	12	12,9	74.428	1,5
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	991.373	33	14,3	30.042	1,7
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	620.196	48	8,9	12.921	1,0
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	598.567	81	8,6	7.390	1,0
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5 mila residenti)	440.697	133	6,4	3.314	0,7
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	91.184	57	1,3	1.600	0,2
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	26.932	41	0,4	657	0,0

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT- Censimento 2011

Nel 2011, alla data dell'ultimo censimento della popolazione e delle abitazioni lo scenario appare non molto diverso che in passato, anche se nei territori vinicoli si manifestano alcune peculiarità. **L'età anagrafica della popolazione residente** nelle Città del Vino non si discosta molto dalla media nazionale relativamente a giovani (**Tab. 2**) e anziani (**Tab. 3**).

Tabella 2 - Bambini e Giovani. Percentuale di bambini e ragazzi al di sotto dei 14 e di giovani tra i 15 ed i 29 anni per Comune ed in totale. Anno 2011

	Percentuale di bambini e ragazzi (0-14 anni) sul totale della popolazione residente	Percentuale di giovani (15-29 anni) sul totale della popolazione residente
Italia	14,0	15,5
Città del Vino	13,8	15,2
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	13,7	14,9
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	14,1	16,2
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	13,6	15,4
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	14,5	15,5
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	14,0	15,0
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5 mila residenti)	13,5	15,3
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	12,9	14,5
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	12,2	13,6

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT- Censimento 2011

Se però si scende nel dettaglio emergono, sotto il profilo demografico, alcune interessanti differenze tra le diverse tipologie considerate:

- il primo elemento di interesse è la presenza di giovani. Complessivamente nelle Città del Vino si registra una composizione demografica in cui la componente giovanile rappresenta una quota analoga a quella della media nazionale, anche nei centri di dimensioni minori. Si abbassa di 1 o 2 punti percentuali sono nei piccolissimi centri, mentre nelle città tra i 50 ed i 100 mila residenti è addirittura sensibilmente maggiore (16,2%) della media nazionale (15,5%). Si tratta di una indicazione importante poiché significa che una buona parte delle Città del Vino può contare su una consistente disponibilità di forza lavoro giovanile residente, una risorsa essenziale per lo sviluppo economico delle diverse realtà comunali;
- il secondo elemento di interesse riguarda la presenza di bambini che nelle Città del Vino costituiscono il 13,8% della popolazione residente, una quota sostanzialmente in linea con la media nazionale (14%). La singolarità sta nel fatto che anche nei piccolissimi borghi, la quota di bambini e ragazzi al di sotto dei 14 anni è solo di poco inferiore alla media nazionale confermando la crescente vitalità dei territori del vino;
- il terzo elemento riguarda la presenza di anziani che nella media dei Comuni associati è in linea con quella nazionale (15,6%) ma raggiunge punte del 20% di over settanta nelle comunità più piccole.

Tabella 3 - Anziani. Percentuale di Anziani di età superiore ai 70 ed ai 74 anni per tipologia di Comuni ed in totale. Anno 2011

	Percentuale di anziani (Età superiore ai 70 anni) sul totale della popolazione residente	Percentuale di anziani (Età superiore ai 74 anni) sul totale della popolazione residente
Italia	15,6	10,4
Città del Vino	15,8	10,5
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	15,6	10,2
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	15,4	10,3
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	16,1	10,8
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	15,0	10,0
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	16,1	10,8
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5 mila residenti)	16,8	11,6
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	18,1	12,7
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	20,0	14,1

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT- Censimento 2011

Il quadro relativo alla dotazione **capitale umano qualificato** (Tab. 4) è alquanto positivo: nelle CdV la percentuale di **laureati e diplomati** supera quella nazionale, con uno scarto che oscilla tra i 2 e i 3 punti. La differenza è ovviamente più evidente nelle metropoli (con un 17,7% di laureati e un 32,4% di diplomati contro il 10,6% e il 28,5% della totalità dei Comuni italiani) e nelle grandi città. Ma mentre i territori del vino di dimensioni minori (da quelli con meno di mille abitanti fino a quelli con 20 residenti) sembrano scontare una ridotta presenza di laureati, questo non accade per quanto riguarda la percentuale dei diplomati sul totale della popolazione residente che in tutte le fasce di grandezza delle Città del Vino non si discosta molto dal dato nazionale.

Tabella 4 - Laureati e Diplomatici. Percentuale di laureati e diplomati sul totale della popolazione residente per tipologia di Comune e in totale. Anno 2011

	Laureati sulla popolazione residente totale	Diplomatici sulla popolazione residente totale
Italia	10,6	28,5
Città del Vino	13,5	30,2
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	17,7	32,4
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	12,8	29,1
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	10,7	29,4
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	7,9	26,7
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	8,2	27,9
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5 mila residenti)	7,3	27,0
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	7,6	26,8
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	7,6	27,8

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT- Censimento 2011

Anche **sul fronte del lavoro** (Tab. 5) relativamente ai residenti di 15 anni ed oltre, le Città del Vino mostrano un quadro sostanzialmente analogo al resto dell'Italia, con una percentuale della popolazione **occupata** del 45,2%, un tasso di disoccupazione dell'11,7% e una percentuale di popolazione **inattiva** del 48,9%. La situazione subisce poche variazioni se si focalizza l'attenzione sui diversi cluster per quanto riguarda sia il numero degli occupati sia quello degli inattivi, mentre

balzano agli occhi le differenze inerenti il tasso di disoccupazione che è direttamente proporzionale alla grandezza dei centri abitati fino a scendere all'8,7% nelle comunità del vino, all'8,9% nei grandi borghi e al 9% circa nei borghi medio-piccoli. Evidentemente la partecipazione al lavoro è maggiore nei comuni di dimensioni minori dove l'economia e la cultura del vino permeano gran parte del contesto sociale e produttivo locale.

Tabella 5 - Il lavoro. Percentuale della popolazione di 15 anni ed oltre occupata, tasso di disoccupazione e percentuale delle popolazioni inattiva di 15 anni e più per tipologia di Comune ed in totale. Anno 2011

	Percentuale della popolazione residente di 15 anni ed oltre occupata	Tasso di disoccupazione della pop. di 15 anni ed oltre	Percentuale della popolazione inattiva sul totale della pop. di 15 anni ed oltre
Italia	45,0	11,4	49,2
Città del Vino	45,2	11,7	48,9
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	45,3	12,2	48,4
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	43,3	12,8	50,4
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	44,3	11,8	49,8
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	45,5	11,7	48,5
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	47,3	8,9	48,0
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5mila residenti)	46,5	9,2	48,8
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	45,8	9,1	49,6
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	46,5	8,7	49,0

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT- Censimento 2011

Ai dati sulla composizione professionale è possibile collegare quelli che descrivono la **quota di popolazione che percepisce redditi da lavoro o capitale (Tab. 6)**. Nelle Città del Vino la percentuale di popolazione residente al di sopra dei 15 anni che percepisce redditi da lavoro o da capitale è pari al 20,4% contro il 21,3% della media nazionale. Tuttavia minore è la dimensione del centro abitato e maggiore è l'incidenza della popolazione che può contare su un reddito che oscilla addirittura tra il 25 ed il 26% nelle comunità del vino e nei piccoli borghi. Si tratta di un dato di particolare rilevanza, che conferma la buona tenuta del tessuto economico e produttivo soprattutto delle realtà più piccole dove verosimilmente l'economia del vino pesa in modo rilevante.

A questo proposito appare utile riprendere alcuni spunti fenomenologici, proposti dal **50° Rapporto Censis** nel capitolo “*Territorio e reti: Lavoro, professionalità, rappresentanze*” nel **tracciare la nuova geografia del lavoro agricolo**. **Gli occupati nel settore agricolo hanno raggiunto nel 2015 le 910.000 unità, con un incremento in termini assoluti di circa 20.000 unità (2,2%) rispetto al 2014 e di 18.000 rispetto ai due anni precedenti.** Tende invece a consolidarsi già a partire dal 2014 la crescita delle ore lavorate (+2,1% nel 2014, +3% nel 2015) e delle unità di lavoro (+1,5% nel 2014, +2,2% nel 2015). La tendenza positiva innescata nel corso del 2015 verrebbe confermata anche dai dati del primo semestre 2016, quando a livello nazionale gli occupati aumentano di 45.000 unità rispetto al primo semestre 2015. Dalla ricerca “*Un futuro per l'Italia: perché ripartire*

dall'agricoltura”, condotta nel 2014 dal **Censis sulle imprese aderenti alla Confederazione Italiana Agricoltori** emergeva, inoltre, che tra i fattori che contano di più nella scelta del lavoro agricolo, accanto alla tradizione familiare (52,6%), figura la grande passione (28,9%).

Un'altra conferma del ruolo positivo svolto dall'agricoltura nella seppur timida ripresa economica in atto ci viene dal **“Rapporto sull'agricoltura del Mezzogiorno” ISMEA SVIMEZ**, che segnala come nel settore primario, nel 2015 e nel 2016, valore aggiunto, esportazioni, investimenti, occupazione e imprenditorialità - e quest'ultime, dato ancora più importante, sono soprattutto giovanili - crescono al Sud ancora più che al Nord. Naturalmente il trend positivo non può non interessare in significativa misura anche le **Città del Vino delle regioni meridionali, che rappresentano il 33% circa del totale degli associati** contro un 45% dislocato nelle regioni del Nord ed un 22% nel Centro Italia.

Decisamente importante è il dato sulla **mobilità (Tab. 6)**, mediamente inferiore ai valori rilevati nella media dei Comuni italiani (10,2% contro 19,1%). Tuttavia se si escludono le aree metropolitane e le grandi città (rispettivamente 2% e 6%), la percentuale di popolazione che si muove per lavoro o per fruire di servizi cresce vertiginosamente man mano che decresce l'entità demografica fino ad arrivare al 31% delle comunità del vino, al 28,1% dei piccoli borghi, al 26% dei medi borghi e al 25,6% dei grandi borghi, valori questi decisamente maggiori della media nazionale.

Tabella 6 - Redditi e Mobilità. Percentuale della popolazione residente con più di 15 anni che percepisce redditi da lavoro o da capitale e quota di residenti che si sposta quotidianamente fuori dal Comune per attività di lavoro o di servizio. Anno 2011

	Percentuale della popolazione residente che si sposta fuori dal Comune	Percentuale della popolazione di più di 15 anni che percepisce un reddito da lavoro o capitale
Italia	19,1	21,3
Città del Vino	10,2	20,4
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	2,0	18,7
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	6,0	20,4
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	15,7	22,0
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	21,4	21,4
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	25,6	22,4
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5mila residenti)	26,2	23,5
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	28,1	25,6
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	31,0	26,4

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT- Censimento 2011

La presenza **degli stranieri (Tab. 7)** appare leggermente maggiore nelle Città del Vino, ma se si confrontano i dati della media nazionale con i singoli cluster si nota che il fenomeno è particolarmente accentuato a Roma e Palermo, nei borghi medio-grandi e nelle comunità del vino. Gli **europei** sembrano preferire nettamente le piccole comunità (5,8% contro il 3,6% della totalità

dei Comuni italiani) e i borghi medio-grandi. Gli **extraeuropei** scelgono invece di vivere soprattutto nelle due metropoli, dove rappresentano il 4,4% della popolazione residente, e in misura ugualmente minore rispetto alla media nazionale in tutte le altre tipologie di CdV.

Tabella 7 - Stranieri comunitari ed extracomunitari. Percentuale di stranieri sulla popolazione residente per nazionalità nelle diverse tipologie di comuni. Anno 2011

	Percentuale di stranieri sul totale della popolazione residente	Percentuale di stranieri europei sul totale della popolazione residente	Percentuale di stranieri extraeuropei sul totale della popolazione residente
Italia	6,8	3,6	3,2
Città del Vino	7,1	3,7	3,4
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	7,5	3,1	4,4
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	6,3	3,8	2,5
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	6,4	4,1	2,3
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	6,9	4,2	2,6
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	7,5	4,7	2,8
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5mila residenti)	7,3	5,0	2,3
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	6,6	4,3	2,3
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	7,4	5,8	1,6

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT- Censimento 2011

Tabella 8 - Abitazioni. Percentuale di edifici e di abitazioni per uso e percentuale di famiglie con un solo componente. Anno 2011

	Percentuale di abitazioni occupate riservate a non residenti	Percentuale di edifici utilizzati sul totale degli edifici presenti nel comune	Percentuale di edifici non utilizzati sul totale degli edifici presenti nel comune	Percentuale di edifici dedicati ad uso produttivo e di servizi (commerciali, turistici e ricettivi)	Famiglie residenti con un solo componente del nucleo familiare
Italia	29,1	94,8	5,2	10,9	31,2
Città del Vino	21,3	95,3	4,7	11,9	33,1
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	11,5	97,8	2,2	19,2	36,3
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	21,0	95,3	4,7	14,0	31,1
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	30,8	95,7	4,3	11,2	30,7
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	26,4	94,6	5,4	8,4	27,6
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	35,9	94,9	5,1	8,7	29,1
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5mila residenti)	41,3	93,6	6,4	8,7	30,2
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	51,6	93,2	6,8	8,6	33,2
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	58,0	91,9	8,1	10,8	36,8

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT- Censimento 2011

Considerate nel loro insieme le Città del Vino possono vantare una minore percentuale di **edifici non utilizzati e di abitazioni riservate a non residenti**, a fronte di un maggiore uso degli edifici disponibili, anche di quelli dedicati ad uso produttivo e di servizi (commerciali, turistici e ricettivi). Sempre la **Tab. 8** rivela nei territori vinicoli una maggiore incidenza delle **famiglie residenti con un solo componente** rispetto al resto del Paese, con un 33,1% che supera il 36% nei due poli

opposti della scala: le metropoli e le comunità del vino.

Sulla base dei dati relativi al **Censimento ISTAT dell'Agricoltura (2010)**, a fronte di una **quota di superficie agricola utilizzata** sostanzialmente in linea con la media nazionale, gli **ettari di superficie vitata delle CdV** (201.3416) rappresentano quasi il 19% dell'intera superficie agricola utilizzata (**Tab. 9**), quota decisamente maggiore rispetto alla media nazionale (5,2%). Anche considerando la contrazione degli associati passati nello scorso decennio da 548 a 407, colpisce tuttavia la differenza con i risultati della ricerca sui territori delle CdV del 2007, quando i 553.394 ettari di superficie vitata e rappresentavano più di due terzi del totale nazionale. Dal **Rapporto ISMEA-SVIMEZ** apprendiamo inoltre che, degli oltre 30mila ettari estirpati in applicazione dell'OCM Vino (Reg CE 479/2008, poi confluita nell'OCM unica), il 75% afferisce a regioni del Mezzogiorno, dove è presente una quota consistente delle Città del Vino.

Tabella 9 - Superficie agricola e vitata. Valori assoluti e percentuali per tipologia di Comune. Anno 2010

	Superficie agricola vitata (ha)	Superficie agricola utilizzata sul totale della superf. agr. totale	Superficie agricola utilizzata a vite sul totale della superf. agr. totale	Superficie agricola utilizzata a vite sul totale della superf. agr. utilizzata	Incidenza % delle superficie agricola utilizzata sul totale nazionale	Incidenza % delle superficie agricola utilizzata a vite sul totale nazionale
Italia	664.296	75,3	3,9	5,2	100	100,0
Città del Vino	201.341	76,3	14,3	18,8	8,3	30,3
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	1.004	76,6	1,7	2,2	0,4	0,2
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	18.982	86,5	12,7	14,7	1,0	2,9
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	31.647	79,5	12,1	15,2	1,6	4,8
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	29.443	79,6	13,5	17,0	1,3	4,4
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	48.374	68,5	17,6	25,7	1,5	7,3
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5mila residenti)	50.565	74,0	15,0	20,3	1,9	7,6
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	12.113	72,8	16,7	22,9	0,4	1,8
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	9.215	78,0	25,7	32,9	0,2	1,4

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT- Censimento dell'Agricoltura 2010

I numeri documentano dunque il **preoccupante fenomeno dell'erosione dei vigneti a livello nazionale (ma non circoscritta alla sola realtà italiana)**, che torneremo ad affrontare nel capitolo dedicato alle Conclusioni.

A questo si collega un altro aspetto chiave da considerare nella morfologia delle Città del Vino: il **consumo del suolo**. I dati forniti dall'ISPRA ci dicono che nel 2015 il suolo impegnato da costruzioni e altre coperture artificiali nei comuni CdV è pari al 9,1% (8,0% se non si considerano Roma e Palermo), a fronte di una media nazionale del 7,6%. **L'incremento tra il 2012 e il 2015 è, invece, inferiore alla media nazionale: 0,6% contro lo 0,7%**. Tuttavia, per rendere realmente confrontabili questi valori si deve considerare che:

- il consumo di suolo avviene prevalentemente in aree di pianura e collinari, mentre è

inferiore nelle aree montane;

- l'88% delle Città del Vino si trova in aree di pianura o di collina, mentre 1/3 dei Comuni non CdV si trova in montagna;
- confrontando solo i Comuni non montani (CdV e “non CdV”) otteniamo un consumo di suolo pari al 9,4% per le prime (8,2%, escludendo le due metropoli) e a 9,7% per le seconde;
- per gli stessi Comuni non montani abbiamo un consumo di suolo procapite pari a 289 mq/ab per le Città del Vino (482 mq/ab, al netto di Roma e Palermo) e 361 mq/ab per gli altri Comuni.

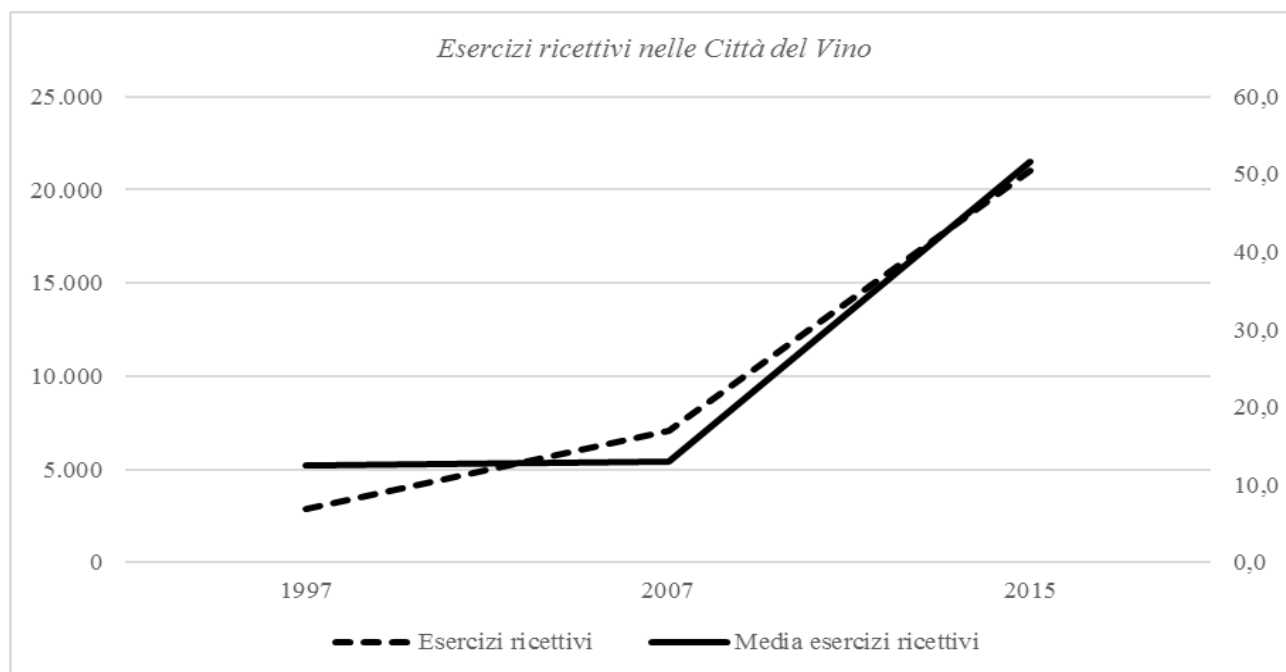
Quindi mediamente nelle CdV di piccole, medie e grandi dimensioni (non considerano però le metropoli) il fenomeno ha dimensioni minori rispetto ai Comuni “non CdV” confrontabili per fascia altimetrica e tra il 2012 e il 2015 è comunque cresciuto meno che nel resto del nostro Paese.

A proposito dei Comuni montani, può essere interessante richiamare qui alcuni importanti spunti proposti sempre dal **50° Rapporto sociale** nel capitolo “*Territorio e reti*”, che dà conto dei risultati di una ricerca realizzata dal Censis in collaborazione con Trentino School of Management dove si introduce il concetto di “**presidio montano della qualità territoriale**”. Secondo il Censis nelle aree montane il consumo medio di suolo è il 2,7% della superficie totale, mentre nel resto del Paese raggiunge il 9,7%. Quasi un terzo dei Comuni totalmente montani è oggi collocato all'interno del perimetro di un parco naturale (la percentuale cresce fino al 36,8% se si includono anche i Comuni parzialmente montani e in molte regioni supera il 50%), a fronte del 18,7% delle aree non montane. Le aree montane spiccano anche nei circuiti che raccolgono le località che si distinguono per un'offerta di tipicità e di eccellenza ambientale e per la cultura dell'ospitalità: il 12% delle Città del Vino è presente nell'elenco delle Comuni montani, dei Borghi più belli d'Italia fa parte il 3,6% dei Comuni montani (con punte del 36,4% nel caso dell'Umbria e del 19% per le Marche), le Bandiere Arancioni comprendono il 2,1% dei Comuni interamente montani.

Di notevole rilevanza appaiono infine i dati relativi alla capacità ricettiva delle Città del Vino, tratti dalle statistiche annuali sulla ricettività pubblicate da ISTAT. Secondo la ricerca effettuata per il Ventennale, nel 1997 la **ricettività** delle allora 229 Città del Vino era di 2.857 strutture (alberghi, agriturismi, campeggi), pari al 15% del totale nazionale (37.441). Nel 2007 la ricettività dei 544 Comuni considerati (che non comprendevano il Molise, il cui unico Comune associato non presentava alcuna tipologia ricettiva, le città del Canton Ticino e la Repubblica di San Marino), era composta da 7.060 strutture con una percentuale ancora pari al 15% del totale nazionale, ma da questa quota è opportuno scorporare i dati ricettivi di Città del Vino “speciali” come Roma, Rimini e Firenze per un totale di 2.585 alberghi e 197.087 posti letto. Nel 2015 le 407 CdV possono,

invece, contare su una struttura di circa 21mila esercizi ricettivi con una media di 52 strutture Comune (**Grafico 1**).

Grafico 1 – La ricettività nelle Città del Vino. Numero di esercizi ricettivi anni vari



Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT

Il **processo di crescita dell’offerta ricettiva** nelle Città del Vino è stato letteralmente imponente rispetto al 2007, quando la quota di servizi ricettivi degli associati rappresentava l’8,2% del totale nazionale e in termini di posti letto la quota era pari al 9,7%. A distanza di 9 anni le percentuali sono salite rispettivamente al 12,8 e all’11,1%, evidenziando una sempre maggiore capacità di generare offerta turistica organizzata da parte delle Città del Vino (**Tab. 10**).

Tabella 10 - Capacità ricettiva. Percentuale di esercizi ricettivi e posti letto sul totale nazionale nel 2017 e nel 2015

	Percentuale di esercizi ricettivi nel 2007 sul totale nazionale	Percentuale di posti letto nel 2007 sul totale nazionale dei posti letto	Percentuale di esercizi ricettivi nel 2015 sul totale nazionale	Percentuale di posti letto nel 2015 sul totale nazionale dei posti letto
Italia	100,0	100,0	100,0	100,0
Città del Vino	8,2	9,7	12,8	11,1
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	2,4	3,1	6,5	4,0

Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	0,6	0,8	0,7	0,8
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	1,0	1,1	1,3	1,3
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	0,8	0,9	0,9	0,9
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	1,9	2,6	1,9	3,0
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5mila residenti)	1,0	0,8	1,1	0,8
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	0,3	0,3	0,3	0,3
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	0,1	0,1	0,1	0,1

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT

Ma ciò che più colpisce sono i ritmi del processo (**Tab. 11**). Tra il 2007 ed il 2015 gli esercizi ricettivi delle CdV sono cresciuti del 99% contro una media del 28% in Italia. È interessante osservare che, se si escludono le grandi metropoli, l'aumento è stato significativo in tutti i cluster dimensionali. Anche nei piccolissimi centri, quelli con una popolazione residente inferiore alle mille unità, gli **esercizi ricettivi** sono aumentati del 21% circa e quasi del 10% i **posti letto** disponibili.

Tabella 11- Variazione ricettività 2007-2015. Variazione percentuale degli esercizi ricettivi per tipologia di Comune e in totale. Anni 2017 e 2015

	Variazione percentuale esercizi ricettivi tra il 2007 ed il 2015	Variazione percentuale dei posti letto tra il 2007 ed il 2015
Italia	28,0	8,8
Città del Vino	99,7	25,5
Cluster 8 - Le metropoli del vino (Roma e Palermo)	242,0	40,2
Cluster 7 - Le grandi città del vino (tra 110 mila e 50 mila residenti)	39,6	16,3
Cluster 6 - Le medie città del vino (da 20 a 49 mila residenti)	55,5	22,9
Cluster 5 - Le piccole città del vino (da 10 a 20 mila residenti)	39,8	4,3
Cluster 4 - I grandi borghi del vino (da 5 a 10 mila residenti)	33,1	22,8
Cluster 3 - I medi borghi del vino (da 2 a 5mila residenti)	38,4	17,8
Cluster 2 - I piccoli borghi del vino (da mille a 2 mila residenti)	39,7	19,3
Cluster 1 - Le comunità del vino (meno di mille residenti)	20,9	9,6

Fonte: Elaborazione ANCV su dati ISTAT

L'incremento maggiore (escludendo le metropoli, ovviamente) si registra nelle medie città dove l'offerta ricettiva cresce del 55%, il doppio della media nazionale. In tutti i cluster, infine, ad esclusione di quello delle comunità del vino, la variazione percentuale dell'offerta ricettiva è sempre maggiore della media nazionale.

Lo **sviluppo ricettivo delle Città del Vino è comunque un fenomeno relativamente recente**, se si considera che fino a dieci anni fa in 12 regioni ben 98 CdV (il 17,70% del totale) non avevano strutture ricettive, alberghiere, agrituristiche e campeggi. Ovviamente nel contesto di un processo di forte crescita dell'offerta ricettiva un ruolo importante è svolto dagli agriturismi, passati dalle 646 strutture del 1997 alle 2.122 del 2007, con Toscana e Umbria in testa, mentre nei Comuni delle altre regioni (il 27%, con 149 Comuni su 548) nel 2007 non si registrava questa tipologia ricettiva, pur essendo probabilmente la più indicata per il turismo enogastronomico. Una differenza all'interno del nostro Paese va purtroppo rilevata anche in questo ambito, se si pensa per esempio che, secondo i dati ISMEA-SVIMEZ riferiti al 2015, nelle aree meridionali gli agriturismi sono meno del 20% del

totale nazionale.

Interessanti i risultati della ricerca realizzata **dal Censis per il Padiglione Italia di Expo 2015** (*“Il futuro dei territori. Idee per un nuovo manifesto per lo sviluppo locale”*), che registrava un piccolo boom di nuovi occupati nei servizi di alloggio e ristorazione: +5,4% nel primo semestre 2015 rispetto al 2013 (+7,4% al Sud). E negli ultimi tre anni una vera e propria esplosione di aziende agricole (+48,5%, quasi 113.000), soprattutto di **quelle che affiancano all'agricoltura altre attività** come la produzione di energia rinnovabile (+602%), la lavorazione dei prodotti (+98%) o l'agriturismo (+16%). Inarrestabile, infine, il turismo: quasi 900.000 visitatori in più nei primi cinque mesi del 2015 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (35,7 milioni di arrivi) e oltre 2 milioni in più rispetto ai primi cinque mesi del 2013.

Una considerazione a parte merita il cosiddetto **“turismo in libertà” di chi viaggia in camper o in caravan** dal momento che l'Italia è una destinazione di primo piano per il viaggio e la vacanza vissuti con gli strumenti della vita all'aria aperta. Non sono purtroppo reperibili dati a livello comunale sul **sistema di accoglienza che include campeggi, aree di sosta, aziende rurali, ma il rapporto 2016 dell'Associazione Produttori Caravan e Camper** evidenzia a partire dall'ultima parte del 2015 evidenti segni di ripresa (dopo la contrazione registrata nel 2013) per l'industria italiana del caravanning, che rientra stabilmente nel terzetto dei migliori produttori europei con oltre 5.500 persone addette e un fatturato annuale di circa 700 milioni di euro. **Numeri sostenuti anche da una richiesta/offerta turistica di tutto rispetto: ogni anno, sono circa 3,9 milioni gli italiani e quasi 4 milioni gli stranieri che percorrono le strade del nostro Paese a bordo di questi veicoli.** Le regioni con i migliori indici di diffusione e valorizzazione di questa tipologia di turismo sono rispettivamente Marche, Sardegna, Veneto, Valle d'Aosta e Toscana (per la loro *turistività*, intesa come capacità di attrazione dei turisti in autocaravan, caravan o tenda e loro distribuzione/concentrazione sul territorio), Marche, Valle d'Aosta, Abruzzo, Toscana, Piemonte, Liguria e Puglia (per la loro *ricettività*, cioè grado di specializzazione e qualità dell'offerta ricettiva, nonché distribuzione e concentrazione delle aree di sosta sul territorio), Piemonte, Toscana, Abruzzo, Lombardia, Emilia Romagna, Marche e Veneto (per la loro *sensibilità e attenzione*, analizzate sulla base del livello di interesse espresso nei confronti del Bando *“I Comuni del Turismo in Libertà”* lanciato da APC). Sono regioni che contano **una folta presenza di Città del Vino** (tra i vincitori dell'edizione 2016 del Bando c'era, per esempio, Santarcangelo di Romagna - Rn, nel 2015 Colle Val d'Elsa - SI), **che si presumono quindi essere almeno in parte tra le amministrazioni disponibili a investire nel potenziamento e nel miglioramento della qualità dell'offerta e dei servizi destinati alla domanda all'aria aperta.** Ma, come per altre tipologie di esperienze turistiche, anche l'immagine del turismo in libertà in Italia risulta ampiamente articolata a livello

territoriale, affiancando alle eccellenze aree meno brillanti da questo punto di vista (come la Calabria, il Trentino Alto Adige, la Basilicata e la Campania), dove quindi ci sono ancora ampi margini di miglioramento dell'offerta di servizi turistici sotto questo punto di vista.

2.2 Le eccellenze

In nessun altro Paese come il nostro gli elementi della natura e gli interventi dell'uomo si intrecciano con una tale forza da rendere unici e non riproducibili altrove i prodotti di una particolare zona, che a quei prodotti conferisce una identità del tutto peculiare. Da noi il concetto di terroir si declina in una infinità di realtà grazie anche ad una storia produttiva molto antica, ad una elevata diversità di suoli e climi, alla varietà paesaggistica, storica e culturale.

La rete delle Città del Vino mette in relazione una grande quantità di antichi borghi, città d'arte, parchi, musei, tradizioni enogastronomiche, mestieri artigianali, iniziative legate alla sostenibilità ambientale e molto altro ancora. Quantificare e raccontare qui tutti questi “saperi e sapori” (per usare un'espressione un po' abusata ma efficace), punti di interesse e buone pratiche non è ovviamente possibile. Può essere però utile ricordare brevemente alcune di queste “ricchezze”.

2.2.1 L'enogastronomia di qualità

Secondo le stime del **XIV Rapporto Ismea-Qualivita sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane Dop, Igp e Stg**, l'Italia mantiene il suo primato mondiale nel settore delle produzioni certificate, con 814 prodotti dei comparti Food e Wine e ben 13 nuove registrazioni nel corso del 2016. Il settore Food - composto da oltre 80mila operatori - vale 6,35 miliardi di euro alla produzione (-1,5% su base annua) e registra una crescita al consumo del +1,7%, con un trend che nella Grande Distribuzione supera il +5%. Il comparto Wine - che raggiunge una produzione certificata di 2,84 miliardi di bottiglie - vale 7,4 miliardi di euro alla produzione con una crescita del +5,8%. Il Sistema delle DOP e IGP in Italia garantisce qualità e sicurezza anche attraverso una rete che, nel 2016, conta 247 Consorzi di tutela riconosciuti dal Mipaaf e oltre 162mila interventi annui - in Italia, all'estero e sul web - effettuati dagli Organismi di controllo pubblici. I vini DOP e IGP italiani contano 523 riconoscimenti, una superficie iscritta pari a 494mila ettari e una produzione che arriva intorno al 50% del vino totale prodotto in Italia per un valore alla produzione di 7,4 miliardi di euro. Le prime dieci DOP rappresentano il 53% della produzione totale a volume e il 58% a valore. Le prime 5 denominazioni (Prosecco DOP, Conegliano Valdobbiadene - Prosecco DOP, Chianti DOP, Asti DOP e Chianti Classico DOP) con più di 900 milioni di euro di valore alla produzione dello sfuso coprono oltre il 40% del totale, mentre nelle IGP le prime cinque indicazioni

(Delle Venezie IGP, Veneto IGP, Terre Siciliane IGP, Toscano IGP e Emilia IGP) raggiungono complessivamente 439 milioni di euro di valore alla produzione dello sfuso e coprono oltre il 69% del totale.

Questi dati, seppure non declinati a livello comunale, testimoniano ancora una volta il peso del **patrimonio enologico** che caratterizza la rete delle Città del Vino. Se nel 2007 almeno una CdV su 548 era presente in 279 vini a denominazione controllata (pari a all'89% del totale di 311 doc), oggi il numero di vini certificati prodotti nei territori aderenti all'Associazione è notevolmente aumentato: basta pensare che già solo i disciplinari delle prime 10 tra denominazioni e indicazioni geografiche sopra citate interessano oltre 200 Città del Vino e che i vigneti iscritti negli albi delle denominazioni di origine presenti nei territori nostri associati superano i 200mila ettari. La situazione non è del tutto rosea, se si pensa al **differenziale ancora esistente tra le regioni del Nord e quelle del Sud**, alle quali compete solo il 19% delle Doc e Docg e il 29% dell'Igt, ma è interessante ricordare come nell'ultimo decennio **nel Mezzogiorno è decisamente cresciuta l'attenzione alla qualità** (dalla certificazione Dop e Igp alla produzione di uve e vini biologici o da agricoltura integrata) e **all'ambiente** (dal risparmio energetico al diserbo meccanico senza uso di glifosate, dagli impianti di decontaminazione dell'acqua alla formazione permanente per operatori del settore, come la scuola di pottaura del Salento), con due casi di successo “macro”: la Sicilia e la Puglia che, puntando sia sui vitigni internazionali che sulla riscoperta degli autoctoni, hanno fatto passi da gigante nel passare da mere fornitrici di vino sfuso agli imbottiglieri settentrionali o esteri a produttrici autorevoli di vini di competitivi sul mercato nazionale ed internazionale.

Anche dal punto di vista delle **eccellenze gastronomiche**, la ricchissima offerta di qualità (291 tra Dop, Igp e Stg) e tradizionale (circa 5000 tra piatti e PAT iscritti all'Elenco Nazionale del Mipaaf) coinvolge moltissime Città del Vino, che spesso fanno parte anche di altre associazioni di identità (Città dell'Olio, del Bio, del Miele, del Castagno, della Chianina, del Pane, della Nocciola, ...). Per non parlare, infine, del fil rouge che lega tutte le nostre enogastronomie locali: la **Dieta Mediterranea**, riconosciuta Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità dall'UNESCO nel 2010 in quanto “*regime alimentare che promuove l'interazione sociale, ha dato luogo a un notevole corpus di conoscenze, canzoni, massime, racconti e leggende, si fonda nel rispetto per il territorio e la biodiversità, garantisce la conservazione e lo sviluppo delle attività tradizionali e dei mestieri collegati alla pesca e all'agricoltura nelle comunità del Mediterraneo*”.

2.2.2 Il patrimonio UNESCO

Molte Città del Vino insistono in territori che hanno ottenuto - con diverse motivazioni - il riconoscimento Unesco. Tra questi:

- *Porto Venere - Le Cinque Terre e Isole di Palmaria, Tino, Tinetto* (1997), in quanto significativo esempio del modo un cui gli uomini possono trasformare e modellare l'ambiente, pur non alterando la bellezza del paesaggio: il sistema dei terrazzamenti con i suoi millenari muretti a secco è tra i più rappresentativi esempi di viticoltura eroica.
- *Amalfi - La Costiera Amalfitana* (1997), perché rappresenta un altro straordinario esempio di paesaggio mediterraneo il cui valore universale deriva dal processo storico di adattamento alla difficile topografia operato dal lavoro intelligente dell'uomo e in modo sempre compatibile con la comunità locale.
- *Val d'Orcia* (2004), eccezionale documentazione del ridisegno del paesaggio nel Rinascimento che ben illustra gli ideali di buon governo nei secoli XIV e XV della città-stato italiana e che comprende le colline toscane dove nascono alcuni dei vini italiani più famosi nel mondo.
- *I paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe - Roero e Monferrato* (2014), testimonianza unica di una tradizione culturale viva e di un rapporto bimillenario tra l'uomo e la natura; ne fanno parte anche le "cattedrali sotterranee" di Canelli (AT), una suggestiva tipologia architettonica di cantina elaborata tra il XVIII e il XX secolo per la spumantizzazione e la produzione di vini rossi invecchiati.
- *La pratica agricola della vite ad alberello di Pantelleria* (2014), una forma unica nel suo genere di coltivazione della vite, tramandata di generazione in generazione nella comunità pantese per permettere la produzione di uva e la vita stessa della pianta nelle condizioni climatiche avverse che caratterizzano l'isola per 9/10 mesi l'anno.

E ancora: *Roma - La città storica* (1980-1990), *Il Centro Storico di Siena* (1995) e *di San Gimignano* (1990), *Aquileia - L'Area Archeologica e la Basilica Patriarcale* (1998), *Val di Noto - Le città Tardo Barocche* (2002), *I Longobardi in Italia. I luoghi del potere* (2011), *Il Monte Etna* (2013), *Palermo Arabo-Normanna e le Cattedrali di Cefalù e Monreale* (2015). Nel 2008 è stato, inoltre, avviato l'iter (oggi in fase di completamento) per il riconoscimento delle "Colline del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene", un territorio che oltre al valore storico, culturale e paesaggistico è stato in grado di esprimere una produzione che ha saputo sempre più conquistare apprezzamenti su scala mondiale.

2.2.3 I paesaggi del vino

Il Registro Nazionale dei Paesaggi Rurali Storici, istituito dal Ministero delle politiche agricole, censisce i territori, le pratiche agricole e le conoscenze tradizionali ritenute di particolare pregio, per preservarne la diversità bio-culturale e promuovere i valori connessi con il paesaggio rurale e la sua

salvaguardia, gestione e pianificazione. Tra i paesaggi rurali candidati, molti ricadono nelle amministrazioni delle Città del Vino. Già iscritte sono per esempio *Le Colline del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene* e *Le Colline vitate del Soave*, mentre in attesa di una decisione dell'Osservatorio sono Fossacesia, Suvereto, Città Sant'Angelo, Valle d'Aosta, Assisi-Spoleto, Montepulciano, Vinci, Brisighella, Pantelleria, Castelplanio, Ripatransone, Valpolicella, Val d'Orcia, Valtellina, Val di Cembra. Ma molti altri ancora, magari coincidenti con aree o parte di aree di produzione di una denominazione di origine controllata, sono i paesaggi legati alla cultura della vite e del vino che meritano di essere inseriti nell'inventario nazionale degli ambiti locali caratterizzati da un'agricoltura sostenibile, rispettosa della storia e delle tradizioni, e al tempo stesso economicamente vitale, e che da questo inserimento potrebbero ricavare spunti e strumenti per la propria salvaguardia e riqualificazione. In questa direzione l'Associazione si propone come punto di riferimento per le Città del Vino offrendo sostegno e consulenza nell'individuazione delle caratteristiche richieste e nella raccolta e messa a punto della documentazione di supporto alla procedura.

2.2.4 I Palmenti

I palmenti sono antichi impianti di produzione del vino costituiti da vasche, di forma rettangolare o circolare, utilizzate sia per la pigiatura dell'uva sia per la fermentazione dei mosti. Il nome deriva dal latino *palmes palmitis*, tralcio di vite, o da *paumentum*, l'atto di battere, pigiare. La definizione è poi nei secoli passata a significare le macine del mulino che schiacciavano le olive per produrre l'olio o frantumare il grano per ricavarne farina. Il termine *palmentum* si trova in numerosi documenti medievali del IX e X sec. , accanto a quello di *trapetum*, suo omologo per l'estrazione dell'olio. Il palmento era di solito costituito da due vasche scavate nell'arenaria, una superiore ed una inferiore, comunicanti attraverso un foro, ma ne esistono di vari tipi, scavati nel banco tufaceo o in blocchi di roccia, in molti casi vulcanica (a vasca singola, a doppia vasca comunicante e i più rari a tre vasche). In assenza di roccia friabile, venivano costruiti in muratura, impermeabilizzando le vasche con uno stato di intonaco costituito da sabbia e calce mista a cocci pestato come collante. Il palmento rappresenta una preziosa testimonianza delle trasformazioni virtuose dei paesaggi agrari ad opera dell'uomo, anche se la loro datazione non è mai molto agevole proprio perché sono stati spesso utilizzati fino a pochi decenni fa e oggi versano in uno stato di forte degrado, occultati dalla macchia mediterranea, utilizzati come abbeveratoi per gli animali o come letamaie, se non distrutti per rendere più agevoli le operazioni di aratura e di impianto di colture. Presenti in molti Paesi dell'area del Mediterraneo (Armenia, Bulgaria, Cipro, Corsica, Francia, Malta, Portogallo, Spagna, Israele, Tunisia, Mauritania), in Italia sono stati individuati in *Liguria (San Lorenzo, Ventimiglia, IM)*, *Emilia Romagna (zone appenniniche)*, *Marche (San Leo, PU)*, *Toscana (Sansepolcro, AR;*

Abbadia San Salvatore, SI; Vitozza, GR; Isola del Giglio, GR; Isola d'Elba, LI; Isola di Capraia, LI; Colline Metallifere Comune di Roccastrada, GR), Lazio (Bomarzo, VT; Montelanico RM; altre località delle Province di Viterbo e di Roma), Campania (Isola di Ischia, NA), Abruzzo (Pietranico, PE) Basilicata (Pietragalla, PZ), Calabria (Ferruzzano, RC; Bruzzano, RC; Caraffa del Bianco, RC; S. Agata, RC; Casignana, RC; Santa Caterina dello Ionio, CZ), Sicilia (Bosco della Risinata Sambuca di Sicilia, AG; Montalbano Elicona, ME; Camastra, AG; Motta, ME; Moio Alcantara, ME; area dell'Etna, CT), Sardegna (Arzolas-Ardauli, NU). Ma ce ne sono ancora moltissimi, anche nei territori delle Città del Vino, meritevoli di essere riportati alla luce, studiati e valorizzati. Già qualche anno fa l'Associazione aveva sottolineato l'opportunità di promuovere attività di censimento, recupero e riqualificazione di tali manufatti, a partire da una prima mappatura fino alla progettazione di iniziative di carattere culturale ed educativo in cui i palmenti e il contesto paesaggistico possano diventare volano di sviluppo locale.

2.2.5 Le architetture del vino

“Toscana.Wine Architecture” (progetto sostenuto da Ci.Vin, Regione Toscana e Federazione alle Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori di Toscana) è un circuito di 25 cantine d'autore e di design, contemporanee per le loro strutture e per lo spirito culturale che le anima: da Rocca di Frassinello a Gavorrano (GR) di Renzo Piano a Le Mortelle a Castiglione della Pescaia (GR) di Studio Idea di Firenze, da Petra a Suvereto (LI) di Mario Botta a Fattoria delle Ripalte a Capoliveri (LI) di Tobia Scarpa. La Toscana è, infatti, la regione italiana in cui, sin dalla prima metà degli anni '90, si è maggiormente concentrata la realizzazione di cantine griffate da grandi architetti italiani e stranieri: edifici di altissima qualità architettonica, cui sono associate tecnologie innovative di costruzione e produzione e dove il rinnovato rapporto estetico fra spazio di produzione e prodotto lavorato costituisce un qualificante biglietto da visita non solo delle aziende, ma di tutto il territorio circostante. Anche in molte altre regioni italiane grandi maestri dell'architettura del XX secolo hanno adottato, nella costruzione delle cantine, linee progettuali che favoriscono la bioarchitettura, un utilizzo sostenibile dell'energia (riduzione dei consumi energetici, uso dei materiali locali, controllo tecnologico attraverso centrali informatizzate intelligenti), la riduzione dell'impatto visivo attraverso sistemi di verde e l'integrazione con il paesaggio. Basta pensare a Terre da Vino a Barolo (CN) di Giovanni Arnaudo, Mezzocorona (TN) di Alberto Cecchetto, Distilleria Nardini a Bassano del Grappa (VI) di Massimiliano Fuksas o Feudo San Gregorio a Sorbo Serpico (AV) di Hikaru Mori.

2.2.6 I Musei del Vino e della Cultura rurale

La compilazione della Guida delle Città del Vino del 2015 ci ha fornito l'occasione per fare un censimento delle esposizioni permanenti dedicate al vino e alla civiltà contadina presenti nei territori dei Comuni associati. Pur non avendo la pretesa di essere esaustivo, trattandosi di realtà che purtroppo non sempre vengono sufficientemente comunicate o valorizzate, possiamo dire che sul totale delle CdV abbiamo rilevato un'ottantina circa di raccolte dedicate alla vitivinicoltura e alle tradizioni rurali. I supporti multimediali non ricorrono frequentemente, ma gli attrezzi e gli utensili appartengono spesso a tempi assai remoti o sono di grande valore storico ed etnografico. Si va dagli oggetti che raccontano la storia del vino a reperti che testimoniano la vita quotidiana e i costumi locali nei decenni quando non nei secoli passati, da pannelli e fotografie che illustrano metodi tradizionali di coltivazione di vigne o altri prodotti agricoli alla riproduzione di ambienti e scene di vita domestica, dalla esposizione di libri, bottiglie ed etichette alla rappresentazione dal vivo di antiche tecniche di caseificazione, produzione dell'olio o del miele, ecc. Ne ricordiamo qui solo alcuni:

- *WiMu (Wine Museum) a Barolo (CN)*, un'innovativo spazio espositivo storico, artistico e multimediale dedicato al vino e alla civiltà enoica che offre al visitatore una vera e propria esperienza sensoriale;
- *Museo della Vite e del Vino nei sotterranei del Palazzo Comunale (un tempo Cantine Niccolini) di Carmignano (PO)*, che ospita antichi attrezzi agricoli, l'interessante collezione privata dell'economista Federico Melis con più di 800 bottiglie e una postazione multimediale che racconta la storia del vino locale e le tecniche di produzione e coltivazione delle vigne;
- *Ecomuseo del Chianti*, diretto ad integrare i siti di rilevante interesse ambientale, le testimonianze archeologiche, artistiche, architettoniche, storiche e antropologiche, e l'importante tradizione enogastronomica dell'area senese che comprende i Comuni di Castelnuovo Berardenga, Gaiole, Radda e Castellina.
- *Museo Internazionale dell'Etichetta di Cupramontana (AN)*, supportato da un sistema informatico di ricerca e catalogazione, che raccoglie circa centomila esemplari di etichette provenienti da tutto il mondo, una sezione storica e bozzetti su temi enologici di artisti contemporanei;
- *Museo della civiltà del Vino Primitivo, all'interno della Cantina Produttori Vini Manduria (TA)*: ottocentesche volte a stella e antiche cisterne espongono una ricca galleria di reperti e manufatti (vetusti torchi tra cui ce n'è uno su base in pietra del XVIII sec., contenitori di mosti e vini, macchinari ed attrezzature) collocabili tra la seconda metà dell'800 e i primi del '900 e documenti originali (come un editto di Ferdinando I di Borbone del 1823) che narrano la

storia sociale e l'economia agraria di queste zone;

- il *Museo del Vino Sella e Mosca ad Alghero (SS)* con sezione archeologica dedicata a "Anghelu Rujù", la più grande necropoli preistorica sarda compresa nei terreni delle tenuta, ed una ricca esposizione di torchi vinari, laccus per la raccolta del vino e macine asinarie per il grano.

E ancora: il *Museo Etnografico Tiranese (SO)*, i *Musei del Vino e dell'Olio della Fondazione Lungarotti a Torgiano (PG)*, l'*Enomuseo di Tollo (CH)*, il *Museo Enogastronomico di Solopaca (BN)*, il *Country Museum Iter Vitis - Magon a Sambuca di Sicilia (AG)*. Difficilmente inquadrabile - tra i beni culturali immateriali, paesaggi, palmenti? - è il *Parco Urbano delle Cantine* in Basilicata, che inseriamo qui considerandolo una sorta di museo all'aria aperta composto da insediamenti ipogei legati alla lavorazione e conservazione del vino, in parte ancora utilizzati: si tratta del suggestivo scenario chiamato "Sheshë" costituito da circa 90 grotte scavate nel versante settentrionale del promontorio su cui sorge Barile (PZ), in cui nel 1964 Pier Paolo Pasolini girò le scene della natività e della strage degli innocenti nel film "*Il Vangelo secondo Matteo*".

2.2.7 Le buone pratiche ambientali

Nei suoi trent'anni di vita l'Associazione ha visto nascere, promosso e sostenuto progetti e iniziative in tema di sostenibilità nella vitivinicoltura, riduzione dell'impronta ecologica, tutela e valorizzazione della biodiversità (a partire naturalmente dai Piani Regolatori delle Città del Vino, di cui parleremo nel terzo capitolo). Non è possibile citarli tutti, ma possiamo qui ricordare alcuni di questi "**buoni comportamenti**":

- nella seconda metà degli anni '80 tredici Comuni del novarese (Boca, Bogogno, Briona, Fara Novarese, Ghemme capofila del progetto, Mezzomerico, Romagnano Sesia, Sizzano, Suno, Barengo, Cavaglio D'Agogna, Cressa e Marano Ticino, molti dei quali sono CdV) hanno aderito ad una "*Convenzione per il servizio di difesa e tutela fitosanitaria delle produzioni viticole e di assistenza enologica*": in sintesi, meno chimica tra le vigne e più rispetto dell'ambiente. Un importante accordo, nato con forte anticipo rispetto ad altri territori altrettanto sensibili al tema della tutela ambientale nella viticoltura e oggi ancora attuale, punto di partenza per ulteriori innovazioni che si sono succedute da allora, come per esempio il bando del 2008 per il recupero di vigneti a rischio di abbandono, finalizzato al mantenimento delle sistemazioni agrarie tradizionali per tramandarne la conoscenza e non disperderne il valore paesaggistico e culturale attraverso la difesa degli antichi vitigni locali e del sistema di allevamento chiamato "quadretto novarese";

- il Comune di Castagnole delle Lanze (AT) ha da alcuni anni lanciato l'iniziativa "*Adotta un filare*" offrendo da una parte ai produttori una opportunità in più per mantenere le vigne di Barbera e il magnifico paesaggio delle Lanze ribadendo il loro ruolo di custodi del territorio, e, dall'altra, ai consumatori la possibilità di dare il proprio nome al filare adottato e ricevere un certificato di adozione insieme ad alcune bottiglie di Barbera Lanze Doc. Il progetto ha rilanciato il territorio anche dal punto di vista turistico (gli adottanti sono diventati frequentatori abituali di Castagnole e dintorni, in occasione di feste, appuntamenti e durante la vendemmia) e ha fatto conoscere le Lanze ad un pubblico molto più vasto, oltre i confini del Piemonte e dell'Italia;
- tante le best practices avviate nel Comune di Conegliano: il *Regolamento intercomunale di Polizia Rurale* del 2011 sulla gestione e sull'uso dei prodotti fitosanitari nei comuni della DOCG Conegliano-Valdobbiadene Prosecco, il *Piano d'Azione per l'Energia Sostenibile* del 2014 che ha impegnato i Comuni trevigiani aderenti al Patto dei Sindaci a condurre azioni di riduzione delle emissioni di CO2 con misure di efficienza energetica e azioni collegate allo sviluppo di fonti energetiche rinnovabili e trasporto sostenibile, le stringenti *linee guida per una difesa integrata del Protocollo Viticolo* del 2016 nato dalla collaborazione tra il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, Arpav, Asl 7 e 8, CREA e associazioni di categoria;
- "*Senarum Vinea - Le vigne di Siena*" è un progetto di riconoscimento e valorizzazione del patrimonio viticolo storico e delle forme di coltivazione ancora presenti nella città murata, avviato nel 2009 dall'Associazione in collaborazione con l'Università, il Comune, la Provincia, la Camera di Commercio di Siena e numerosi altri soggetti pubblici e privati. Dall'archeologia alla storia, dall'iconografia all'ampelografia, dalla botanica all'ingegneria dell'informazione fino alla biologia molecolare, i suoi punti di forza sono l'interdisciplinarietà e la replicabilità della metodologia d'indagine. Tra i risultati finora realizzati: la pubblicazione del volume "*Senarum Vinea. Il paesaggio urbano di Siena. Forme di recupero e valorizzazione dei vitigni storici*" e la creazione di itinerari guidati di enotrekking urbano e periurbano con soste di degustazione;
- nel 2013 i Comuni di Guardia Sanframondi, San Lorenzo Maggiore, San Lupo, Ponte, Torrecuso, Foglianise, Paupisi, Vitulano, Solopaca, Castelvenere, Cerreto Sannita, Telesse Terme e Benevento (una buona parte dei quali è Città del Vino), la Provincia e la CCIAA di Benevento, l'Università degli Studi del Sannio, il Consorzio di tutela vini del Sannio, Gal Titerno, Gal Taburno, hanno firmato un "*Protocollo d'intesa per lo sviluppo sostenibile dell'economia del vino, dei servizi e della governance territoriale*". L'accordo si propone, tra

l'altro, di tutelare e migliorare l'ambiente e il paesaggio, sostenere il recupero e la riqualificazione degli ambiti territoriali degradati e promuovere l'agricoltura con particolare riguardo a vitivinicoltura, paesaggio, cultura della vite e del vino e sostenibilità delle produzioni attraverso un insieme coordinato di azioni conoscitive, pianificatorie, organizzative e amministrative (come, per esempio, la formazione e implementazione di una zonazione vitivinicola completa nell'ambito dei Piani Urbanistici Comunali e il loro coordinamento con i principi del PRCV);

- tra gli output del Progetto Enpi CBC Med di cooperazione transfrontaliera “*Magon - Le chemin de la vigne méditerranéen sur les traces de Magon entre la Sicile et la Tunisie*” - appena conclusi e sostenuto tra gli altri dall'Associazione internazionale Iter Vitis e dall'Associazione Strada del Vino Terre Sicane - c'è la creazione di un vigneto didattico sperimentale all'interno del Parco Archeologico di Selinunte (AG). Realizzato con il contributo scientifico del Prof. Attilio Scienza, permette ai visitatori di conoscere la ricchezza del patrimonio di biodiversità della viticoltura mediterranea.

CAP. 3 I GRANDI TEMI CHE ABBIAMO AFFRONTATO

Dalla sua nascita ad oggi, tante sono state le occasioni in cui l'Associazione ha voluto dare voce alle Città del Vino rappresentandole in convegni, incontri, audizioni parlamentari, avvenimenti istituzionali, gruppi di lavoro, seminari, manifestazioni ed eventi. Ne è derivato un piccolo tesoretto di studi, approfondimenti e considerazioni sui più importanti temi che interessano la filiera vitivinicola e la qualità della vita nei territori vinicoli. Ne vogliamo qui ricordare alcuni tra i più attuali in materia di enoturismo, organismi geneticamente modificati, biodiversità, pianificazione territoriale e agricola, green economy, programmazione europea e valore sociale del vino.

3.1 Luci e ombre sugli strumenti di sviluppo dell'enoturismo in Italia

Nel 2015 la produzione italiana di vino è tornata a primeggiare a livello mondiale in termini quantitativi, anche se questa notizia, da molti ritenuta clamorosa, non è altro che l'ennesimo esito di una “gara” in cui Italia e Francia sono impegnate da diversi anni. In termini quantitativi, in altre parole, niente di nuovo sotto il sole, anche se naturalmente il primato di Paese al mondo con la più alta produzione enoica non può che inorgoglire. Del resto, l'imprenditore di buon senso sa che quello che si produce bisognerà pur venderlo e paradossalmente qualche ombra si staglia proprio sul fronte dei consumi, almeno per quanto riguarda quelli domestici, che presentano ormai da diversi anni un costante segno negativo. **L'internazionalizzazione del comparto vitivinicolo italiano non è più un'opportunità, ma una vera e propria necessità**, resa ovviamente ancor più difficile da una concorrenza sempre più aggressiva, in termini di reputazione (Francia), di rapporto qualità/prezzo (Spagna) o più in generale di più spinto approccio al mercato (un po' tutti i Paesi del Nuovo Mondo).

In questa continua ricerca della migliore competitività **un fondamentale contributo può essere prestato dall'enoturismo**, che, nato come attività di promozione della produzione vitivinicola, si sta ritagliando da tempo uno spazio sempre più importante **nell'economia sia del vino in senso lato sia del turismo in senso stretto**. Tale dinamica è ormai pacifica in altri Paesi, soprattutto quelli di matrice anglosassone (Usa, Australia, Nuova Zelanda) ma anche i latinoamericani come Cile e Argentina, che rispetto alle cantine del Vecchio Mondo hanno adottato un modello sostanzialmente diverso di wine tourism, con imprese giovani e di dimensioni rilevanti e un forte approccio al business e al marketing.

3.1.1 Luci...

L'Italia può contare su alcuni **punti di forza, materiali e immateriali**, che la collocano **tra le prime nazioni al mondo per potenzialità dell'attrattività enoturistica**:

- il numero di siti Unesco “Patrimoni dell’Umanità” presenti nel Belpaese è in termini assoluti il più elevato al mondo (50, seguiti dai 47 della Cina);
- possediamo il 50% circa del patrimonio artistico internazionale;
- la superficie vitata è la più estesa del mondo in termini relativi (ossia in rapporto alla superficie complessiva): 637.634 ettari, di cui 494 mila dedicati ai vini DOP e IGP;
- la produzione vitivinicola: 44,4 mln di ettolitri nel 2014 di misura dietro ai 46,2 milioni dei cugini francesi e 48,5 mln di hl di vino secondo le previsioni ISMEA-UIV per la vendemmia 2016, per un valore che supera i 14 miliardi di euro e un export che nel 2015 ha toccato il record dei 5,4 mld e che nei primi cinque mesi del 2016 ha registrato un trend in crescita;
- la varietà del patrimonio ampelografico (con quasi 500 vitigni iscritti al Catalogo Nazionale di cui 355 autoctoni e con il più alto numero di vitigni utilizzati, 200 contro gli 87 della Francia) e vinicolo (523 tra vini DOP e IGP) e territoriale (con l'ampia gamma di paesaggi e microclimi diversi da nord a sud, dal mare alla montagna) è tra le più importanti al mondo;
- la varietà del patrimonio gastronomico, con il più alto numero di prodotti DOP, IGP e STG - 291, davanti ai 217 della Francia e i 179 della Spagna - e circa 5000 tra piatti e prodotti agroalimentari tradizionali iscritti all’Elenco Nazionale del Mipaaf.

Siamo, insomma, un Paese “unico” non soltanto sotto il profilo enologico, ma anche geografico, storico-culturale e della tradizione culinaria. Tutte queste doti così importanti e **fisiologicamente collegate al turismo del vino, che a sua volta si collega ad altre attività ricreative sul territorio**, può completare l’offerta esistente come **elemento di differenziazione competitiva** rispetto ad altre destinazioni prive di questa peculiarità e costituire uno straordinario strumento di sviluppo per l’Italia.

3.1.2 Ombre...

Ma **tale potenzialità spesso rimane non completamente implementata per alcuni problemi di fondo** che contribuiscono ad un pesante scarto tra attrattività e competitività e tra i quali spiccano:

- mancanza di una strategia condivisa di promozione e valorizzazione del comparto enoturistico italiano sia a livello istituzionale che tra istituzioni e operatori;
- mancanza di collaborazione tra i produttori vitivinicoli e d’integrazione con gli altri attori della filiera enoturistica allargata;

- mancanza di una strategia di comunicazione delle attrazioni territoriali: bassa notorietà e reputazione all'estero di alcuni territori - tranne le regioni più note (Toscana, Piemonte, Veneto, ma soprattutto alcune specifiche aree di queste regioni, come Chianti, Langhe o Valpolicella) - e limitata capacità nella valorizzazione delle produzioni (a parità di vino prodotto, il fatturato della Francia è significativamente superiore a quello italiano);
- mancanza di un approccio di marketing per target e segmentazioni di mercato e scarsità di azioni sistemiche in linea con le vocazioni territoriali;
- mancanza di un sistema omogeneo di infrastrutture e servizi di trasporto e telematici e ridotto utilizzo delle tecnologie e degli strumenti digitali.

Troppo spesso, per esempio, si lascia l'iniziativa della promozione del "genius loci" alle (relativamente poche) cantine che possiedono una forte cultura della comunicazione, molte aziende vitivinicole non sono ancora ben organizzate per la ricezione enoturistica in termini di accoglienza e informazione, i servizi erogati dai Comuni a sostegno dell'offerta enoturistica (manutenzione delle strade, illuminazione pubblica, raccolta dei rifiuti, ecc.) sono perlopiù insufficienti, la formazione professionale e la promozione non sono sempre efficaci. Queste debolezze croniche - sintetizzabili in **ridotto orientamento al servizio, resistenza alle aggregazioni sul territorio, difficoltà a comunicare appieno le aree vitivinicole, carenze infrastrutturali, scarsità di progetti e finanziamenti quadro** - ancora oggi frenano un più maturo sviluppo dell'enoturismo italiano.

Il **trend che sta caratterizzando da un po' di anni il turismo nazionale**, d'altra parte, non aiuta di certo questo segmento: il Paese sta progressivamente perdendo posizioni rispetto ai concorrenti storici ed emergenti, Stati Uniti, Francia e Spagna in primo luogo. Secondo l'**UNWTO** (*United Nations World Tourism Organization*, l'agenzia specializzata nel turismo delle Nazioni Unite), la nostra quota di mercato mondiale sul turismo si è ridotta dal 6,6% al 4,5% negli ultimi venti anni e nonostante l'enorme potenziale di attrazione non si intravede una capacità di invertire tale tendenza, anche a causa della mancanza di un approccio settoriale. Da una ricerca condotta nel 2015 dalla **società di consulenza turistica Jfc, sulla base di dati ufficiali Istat ed Eurostat**, emerge in maniera abbastanza drammatica, la **debole crescita del settore turistico italiano in generale**. Lo studio, analizzando i dati relativi ai tassi di crescita turistici regionali nel periodo 2003-2013, parla di un'Italia turistica "ferma al palo" e incapace di reggere il passo dei concorrenti: nell'ultimo decennio, il Belpaese ha visto incrementare i propri flussi turistici dell'8,6%, a fronte del +52,4% della Francia; +45,3% della Croazia; +40,7% della Grecia; +17,5% della Germania; +16,2% della Gran Bretagna; +11,8% della Spagna; +14% dell'Austria. E secondo i dati della **Wine Tourism Conference** gli arrivi turistici mondiali nel comparto enoturistico ammontano a circa 20 milioni, di cui solo 3 milioni sono quelli italiani. In Italia, infatti, i turisti spinti da una motivazione "vitivinicola" in senso lato sono una quota limitata dei flussi totali (meno del 7,9%). Le precedenti

stime di Città del Vino (2007, 2012) ragionavano su cifre variabili tra 3 e 6 milioni di enoturisti, scontando tali dati, tuttavia, la mancanza di una rilevazione valida e affidabile sul comparto. Pertanto **il turismo del vino, nonostante la fortissima caratterizzazione vitivinicola dell'Italia a livello mondiale sia per quantità che per qualità, rappresenta ancora oggi una quota ridotta, all'interno del complessivo mercato turistico italiano, a causa di motivazioni sia sociali/storiche che imprenditoriali/manageriali.**

Lo stop all'imposta di soggiorno prevista dalla manovra finanziaria 2016 ha, tra l'altro, costituito una evidente disparità tra i diversi territori con un evidente deficit di risorse che sarebbe invece stato possibile utilizzare per investimenti destinati a migliorare a qualità dell'offerta turistica.

3.1.3 Dinamiche evolutive

Il **XII Rapporto Nazionale sul Turismo del Vino** - messo a punto dall'Università di Salerno per conto dell'Associazione Città del Vino - ha tuttavia messo a fuoco alcune **evidenze positive che possano fungere da macro-coordinate di riferimento per il governo e la gestione delle attività enoturistiche** in Italia. Oltre al risultato quasi eclatante di oltre 10 milioni di arrivi turistici, il Rapporto conferma infatti la **crescita costante dell'enoturismo**, fenomeno che negli anni ha registrato un continuo sviluppo generando nel 2013 un giro d'affari di 4-5 miliardi di euro, nel 2015 una spesa che supera i 2,5 miliardi di euro condivisa tra cantine e territori, mentre per il 2016 si stima che sia stato superato il tetto di 14 milioni di visite enoturistiche. Calcolando che la spesa media enoturistica (viaggio, vitto, alloggio, bottiglie acquistate in cantina, ecc.) è stimata a circa 190 euro (*Associazione Città del Vino, IX Rapporto, 2011*), il fatturato emerso dalla ricerca a campione si aggira intorno a 2,1 miliardi di euro nel 2014 e a 2,6 miliardi nel 2015.

Siamo **ben al di sotto del potenziale**, in gran parte da mettere ancora a frutto. Il caso dell' EXPO 2015 è stato emblematico: da grande opportunità ad ennesima occasione mancata. Il palcoscenico offerto dalla manifestazione universale era una chance molto ghiotta, soprattutto perché si trattava di un grande evento focalizzato su alimentazione e nutrizione, ma non si è riusciti ad evitare completamente che Milano fosse percepita come unico luogo italiano, come un "ponte" verso altre destinazioni europee. Bisognava invece **rappresentare meglio tutta l'Italia, inclusi quei territori con le viticole minori** che rischiano di essere penalizzati e dimenticati maggiormente. Il risultato è che il contributo dell'EXPO e finanche del Padiglione Vino allo sviluppo della visibilità, dell'incoming e del successo in generale dell'offerta enoturistica è stato giudicato sfavorevolmente dalla stragrande maggioranza del campione di aziende vitivinicole intervistato dall'Università di Salerno.

Ma, pur derivando appunto da stime e non da sistematiche rilevazioni sul campo (inesistenti, se non

impossibili), i **dati della crescita sono ragionevolmente in linea con le dinamiche turistiche degli ultimi tempi**. In Italia gli arrivi in generale danno segni di **rinvigimento (seppur debole) dopo diversi anni di fiacca, il che contribuisce a giustificare un incremento così considerevole degli arrivi in cantina**, anche se le ragioni possono essere diverse e non sempre legate alla sola competitività della nostra economia turistica.

I tempi non molto facili dal punto di vista economico-finanziario e della sicurezza internazionale possono, infatti, da una parte aver limitato le capacità di spesa degli Italiani “costringendoli” a restare in patria con maggiore interesse verso le diverse offerte turistiche (tra cui quelle legate al vino) e, dall'altra, aver concentrato le opportunità di scelta degli stranieri spingendoli ancora di più a venire in Italia. Anche **i dati dell'ultimo Rapporto Censis** confermano che tra il 2010 e il 2015 alcuni Paesi (Egitto, Tunisia, Algeria e Giordania) hanno registrato cali vistosi degli arrivi internazionali a favore di Grecia, Croazia, Spagna e Italia. Nel nostro Paese si evidenzia un +21,7% di arrivi (oltre 53 milioni) e un +15,2% di presenze (oltre 190 milioni di pernottamenti). Di contro, gli arrivi degli italiani sono cresciuti di appena l'1,9%, mentre le presenze interne hanno registrato una flessione del 7,5% e la componente straniera equivale quasi a quella interna, sia nel numero degli arrivi che in quello delle presenze. **Alcuni nostri territori - molti dei quali ricadenti nelle amministrazioni delle Città del Vino - hanno beneficiato in modo particolare del nuovo scenario**. È il caso dell'area degli Iblei in Sicilia (Ragusa, Modica, Scicli, ecc...), protagonista negli ultimi anni di un fenomeno di progressiva scoperta da parte di un'utenza nazionale e di un vero e proprio boom della quota di clientela internazionale, che è passata in soli cinque anni dal 35% al 48%.

In un ragionamento più ampio queste concause (riduzione del budget e paura del terrorismo) si vanno ad aggiungere alla **costante crescita, in termini quantitativi e qualitativi, del tessuto economico legato sia al comparto vitivinicolo italiano che a quello dell'agroalimentare e del turismo**, a partire dall'incremento degli occupati e di aziende nel settore agricolo, nella filiera del cibo e nei servizi di alloggio e ristorazione.

Il turismo, peraltro, sta in questi anni vivendo una fase di **profonda trasformazione dal lato della domanda in relazione all'evoluzione dei modelli culturali e alla dinamica del reddito con un mutamento delle preferenze dei consumatori**, i quali valutano la vacanza non più solo in base alla varietà della gamma di prodotti e servizi turistici offerti, ma anche per **la possibilità di avvicinare e fruire con maggiore intensità l'ambiente naturale, sociale e culturale delle località di destinazione**. Secondo il **Food Travel Monitor 2016**, ad esempio, il 49% dei viaggiatori internazionali sceglie la propria destinazione in base a ciò che potrà gustare e il 93% dei viaggiatori durante le vacanze ha visitato una cantina, ha ammirato i grandi chef negli all'opera negli showcooking o ha apprezzato il cibo di strada. La trasformazione della motivazione del viaggio, che

passa da “semplice leisure” a vera e propria esperienza di vita dove il visitatore vuole “vedere, acquisire e conoscere”, intervenire nel contesto che esplora ed avere un rapporto diretto con il territorio (il cosiddetto **turismo “esperenziale”**). Richiede, quindi, servizi più innovativi, che non si limitino alla mera informazione (che deve comunque essere ricca ed articolata), ma stimolino il percorso di motivazione del potenziale visitatore e gli forniscano tutti gli strumenti necessari (GSM, GPS, prenotazione online, ecc.) per crearsi una vacanza self service.

E', in conclusione, di vitale importanza **potenziare sempre più la conoscenza di quel legame indissolubile tra vino e territorio che dona alla nostra offerta enologica caratteri di esclusività, eleganza e identità culturale unici al mondo e, nello stesso tempo, studiare un linguaggio in grado di coniugare il fascino dell'Italian Style con l'eccellenza dei prodotti che sia adeguato anche ai baby boomers ed ai millennials** che rappresentano il presente ed il futuro del consumo di qualità. In tal senso, **ulteriori sviluppi appaiono inevitabili** nell'assecondare quello che avvertiamo come un imminente “boom” dell'enoturismo italiano:

- un maggior **dialogo tra operatori e Comuni rappresentativi dei territori** su cui insistono le aziende vitivinicole, un'integrazione “sistemica” per condividere idee e progetti e rafforzare i servizi anche attraverso un più intenso utilizzo delle tecnologie, del web e delle indagini di customer satisfaction;
- una **costante formazione degli imprenditori, dei manager e degli addetti**, per innalzare la qualità dell'accoglienza enoturistica soprattutto a favore dell'internazionalizzazione dell'offerta;
- una più **matura cultura d'impresa** per le aziende che facciano a vario titolo parte della complessiva offerta enoturistica anche e soprattutto nella declinazione più ampia di una cultura dell'imprenditorialità che valorizzi insieme produzioni e territori.

E' evidente che gli **organi di governo istituzionale, territoriale e imprenditoriale** debbano attivarsi con più determinazione nel promuovere **strategie e processi di collaborazione, cooperazione e competizione che facciano emergere il notevole potenziale ancora inespresso dai nostri territori vitivinicoli**. In questa direzione **esempi di buone pratiche** vengono ancora una volta dall'universo dei nostri associati: Franciacorta, Langhe, Barolo, Barbaresco, Marsala, Salento, Montefalco o, in particolare, i Comuni del Chianti Classico (San Casciano in Val di Pesa, Greve in Chianti, Tavernelle Val di Pesa, Barberino Val d'Elsa, Castellina in Chianti, Radda in Chianti, Gaiole in Chianti, Castelnuovo Berardenga, Poggibonsi), grazie a una serie d'**investimenti e politiche mirate ad accrescere la reputazione enoturistica** del territorio e alla **valorizzazione dei rapporti di vicinato** e delle bellezze artistiche di Firenze e Siena, della natura, del paesaggio e dell'enogastronomia.

Il **Testo unico sul vino** recentemente approvato - che rappresenta la prima legge unitaria in Europa

per il rilancio e la competitività dell'agroalimentare e la tutela di un settore chiave a livello nazionale e per quel che riguarda l'export - si pone obiettivi importanti come la riduzione del peso della burocrazia che tanto assilla le imprese vitivinicole e l'aumento della trasparenza nei confronti dei consumatori, ma soprattutto introduce il **principio fondamentale che il vino e i territori viticoli sono un patrimonio culturale da salvaguardare per la loro specificità e il loro valore anche in termini di sostenibilità economica**. Come scriveva Francis Robinson, Master of wine, nella sua presentazione alla Guida "Le Città del Vino 2004", *"una delle qualità del vino italiano è l'aver ereditato innumerevoli varietà di uve autoctone, una vera e propria miniera d'oro, anche se siamo solo all'inizio della capitalizzazione di questo vantaggio competitivo che ha l'Italia rispetto al resto del mondo"*.

Molto importante sarà, infine, l'approvazione di una **legge quadro sull'enoturismo** (attualmente è in corso di esame alla Commissione Agricoltura e Produzione agroalimentare del Senato il disegno di legge di iniziativa parlamentare "*Disciplina dell'attività di enoturismo*"), che disciplini il fenomeno al pari dell'agriturismo mettendo ordine nella giungla di leggi e regolamenti di cui le singole Regioni si sono dotate dal 2000 ad oggi e rafforzando, tra l'altro, l'aggregazione dei soggetti coinvolti nella filiera, la certificazione della qualità dell'accoglienza, la formazione degli operatori, la fruibilità dei territori. Last but not the least, la redazione di un **Piano strategico nazionale** di promozione del turismo del vino italiano, l'istituzione di un **Osservatorio del turismo del vino** e la realizzazione di un **portale internet** stabile, aggiornato ed efficace in termini di brand reputation quale principale veicolo di comunicazione e promozione. L'applicazione di un simile sistema di regole non potrà, ovviamente, **prescindere dal riconoscimento del ruolo di chi ha promosso e svolto sul territorio nazionale attività e progetti collaborando con enti territoriali e con le imprese** che realizzano attività di degustazione, visita in cantina e in vigneto, nonché attività ludiche e ricreative legate alla cultura del vino ed alla formazione per l'accoglienza - l'Associazione Nazionale Città del Vino (promotrice, tra l'altro, dell'**Itinerario Culturale Europeo "Iter Vitis, les chemins de la vigne"**) e il Movimento del Turismo del Vino - attraverso le quali è possibile da una parte implementare le funzioni di certificazione della qualità dell'accoglienza e dei servizi ad essa connessi presso le Cantine, dall'altra favorire il suo radicamento nelle politiche di sviluppo delle Amministrazioni comunali.

3.2 Economia verde: un nuovo modello di sostenibilità ambientale e non solo

Si definisce economia verde o più propriamente ecologica quel modello teorico di sviluppo economico dove **oltre ai benefici di un certo regime di produzione si prende in considerazione anche l'impatto ambientale**, cioè i potenziali danni prodotti dall'intero ciclo di trasformazione

delle materie prime a partire dalla loro estrazione, passando per il trasporto, la trasformazione in energia e prodotti finiti e la loro definitiva eliminazione o smaltimento. La Green Economy - prefigurata già diversi anni fa da Jeremy Rifkin come la “**Terza Rivoluzione Industriale**” - punta dunque alla riduzione di tale impatto mediante provvedimenti in favore dello sviluppo sostenibile, come l'uso di energie rinnovabili, la riduzione dei consumi, il riciclaggio dei rifiuti.

Facendo proprio questo approccio - e non sarebbe stato possibile diversamente alla luce della missione delle Città del Vino - l'Associazione ne ha declinato alcuni aspetti nella convinzione che un simile modello di sviluppo non possa prescindere, soprattutto nel nostro Paese, da una **rivisitazione in chiave verde del turismo rurale e di quello enogastronomico e dal rafforzamento del rapporto tra produzioni agroalimentari ed enologiche di qualità e i loro territori**. In particolare attraverso interventi che portino alla valorizzazione delle aree agricole e al contenimento del consumo del suolo attraverso *il recupero e il riuso dei centri storici, la creazione di luoghi della memoria legati alla cultura rurale, la diffusione di momenti finalizzati alla conoscenza di saperi e sapori, la divulgazione di stili di vita e di consumo più responsabili e consapevoli, la predisposizione di punti informativi e di segnaletica sulle tradizioni locali, l'utilizzo integrato delle nuove tecnologie, la creazione di enoteche e spazi dedicati alla ristorazione, l'attivazione di mercati a Km0, ecc.*

Perché per noi la Green Economy significa anche:

- salvaguardare la biodiversità viticola e proporre la qualità della vita delle zone rurali come un modello per il futuro;
- sviluppare tutti i servizi collegati ad una agricoltura di qualità, dalla filiera corta all'accoglienza, dai prodotti certificati ai mestieri e all'artigianato;
- offrire opportunità di lavoro e quindi anche di riscatto sociale e integrazione alle categorie oggi maggiormente colpite dalla riduzione dell'occupazione - i giovani, le donne, gli immigrati - coinvolgendoli nelle vecchie e nuove professioni legate alla tutela ambientale, alla cura del territorio, all'agricoltura di qualità, al turismo sostenibile.

3.2.1 Utilizzi sostenibili del suolo, agricoltura multifunzionale, filiera corta e molto altro ancora

La linea green di Città del Vino si manifesta con particolare vigore tra il 2011 e il 2012, con una serie di iniziative che vanno dalla prima edizione del “*Premio Impronte d'eccellenza. Tecniche agronomiche sostenibili per una viticoltura di valore*” all'avvio di una riflessione tra i suoi associati sul tema del consumo del suolo, del riuso del suolo edificato e della valorizzazione delle aree agricole, fino all'adesione al **gruppo di lavoro dedicato all'agricoltura all'interno del Consiglio Nazionale della Green Economy**. Da allora ha partecipato alle sessioni che di anno in anno hanno

contribuito alla stesura dei documenti che a novembre vengono presentati a Rimini in occasione degli Stati Generali della Green Economy.

Pur essendo tutte queste tematiche strettamente connesse tra loro e quindi già trattate in altri capitoli, ripercorriamo qui molto sinteticamente alcuni dei punti messi a fuoco dai nostri approfondimenti **su difesa e utilizzi sostenibili del suolo, agricoltura multifunzionale, produzione biologica e di filiera corta, cinture verdi urbane per l'agroalimentare di qualità ecologica, valutazione dell'impronta ambientale:**

- riconoscimento del verde agricolo come spazio produttivo economicamente rilevante e non destinabile ad usi diversi da quelli dell'esercizio di attività agricole;
- riconoscimento della centralità dell'agricoltura, dando la priorità a ad una mappatura dei suoli vocati all'agricoltura, alla messa in sicurezza delle aree di pregio, alla semplificazione burocratica e dell'accesso finanziamenti e credito per il recupero dei centri storici e dei nuclei abitati rurali, il riuso di edifici e sistemi insediativi rurali;
- distinzione tra superficie pubblica o privata considerando edificabile solo quella pubblica e stabilendo che nuovi impegni di suolo sono possibili solo per edifici pubblici (non "d'interesse pubblico", un concetto che comprende per esempio anche le strutture ricettive) e infrastrutture, ma sempre nell'ambito dei Piani comunali e mai in deroga;
- definizione del perimetro delle aree urbanizzate - formato dai nuclei storici, dalle zone di consolidata e nuova espansione, dalle aree produttive e da quelle destinate a servizi - ammettendo al di fuori di esso solo parchi, giardini e orti periurbani, edifici ed attrezzature necessari all'agricoltura e alle attività forestali, infrastrutture e loro pertinenze, attrezzature e edifici pubblici che per la loro intrinseca funzione non possono stare negli abitati;
- distinzione tra attività edilizia che consuma nuovo suolo (non rurale) e attività che riqualificano i tessuti urbani esistenti, sostenendo progetti che promuovano investimenti produttivi anche a carattere innovativo, formazione del capitale umano, riconversione di aree industriali dismesse, recupero ambientale e efficientamento energetico dei siti e realizzazione di infrastrutture strettamente funzionali agli interventi;
- diffusione del consumo di prodotti agro-alimentari aventi un diretto legame con il territorio di produzione;
- attenzione alla multifunzionalità delle imprese che presidiano il territorio, da sostenere anche con misure di fiscalità ecologica e incentivazione dell'archo-agri-turismo come ulteriore supporto al settore agriturismo nell'ottica della sostenibilità ambientale;
- promozione di esperienze di filiera corta e agricoltura sociale: cura di orti urbani e verde pubblico, farmers market, gruppi di acquisto solidali, fattorie didattiche, raccolta diretta nei

campi, adozione di piante o animali in via di estinzione, produzione e vendita diretta nei terreni confiscati alla mafia, ecc.

3.2.2 *Qualche riflessione sul «Made Green in Italy»*

Il GdL della Green Economy di cui fa parte l'Associazione ha aderito alla consultazione pubblica avviata nel 2016 dal Ministero dell'Ambiente sulla proposta di **Regolamento per l'attuazione dello Schema nazionale volontario per la valutazione e la comunicazione dell'impronta ambientale dei prodotti denominato "Made Green in Italy"** (Art. 21 della Legge n. 221/2015, il cosiddetto "Collegato Ambientale") con il quale l'Italia ha voluto recepire la Raccomandazione UE relativa all'**uso di metodologie comuni per misurare e comunicare le prestazioni ambientali nel corso del ciclo di vita dei prodotti (PEF) e delle organizzazioni**. L'impronta ambientale di un prodotto inteso come "bene" o "servizio" è una misura fondata su una valutazione multicriterio di tutto il suo ciclo di vita, ed è calcolata principalmente al fine di ridurre gli impatti ambientali di tale bene o servizio considerando tutte le attività della catena di fornitura, dall'estrazione delle materie prime, attraverso la produzione e l'uso, fino alla gestione del fine-vita.

Il **nostro attuale sistema agricolo**, pur presentando alcuni elementi di criticità, sembra **peraltro ormai fortemente avviato verso l'affermazione di percorsi virtuosi** di produzione. E **anche l'industria alimentare**, che acquista e trasforma oltre il 70% della produzione agricola nazionale, intende rafforzare il suo impegno per la sostenibilità principalmente sull'approvvigionamento sostenibile e pieno sfruttamento delle materie prime agricole in tutte le loro componenti, sull'uso efficiente degli input di base (acqua ed energia), sull'eco-progettazione del packaging e corretta gestione degli imballaggi post-uso e sulla prevenzione degli sprechi alimentari sia nei processi che nel consumo domestico.

Ma pur essendo naturalmente apprezzabile **l'intento di promuovere la competitività del sistema produttivo italiano nel contesto della crescente domanda di prodotti ad elevata qualificazione ambientale sui mercati nazionali ed internazionali**, le modalità di introduzione e sviluppo del "*Programma per la valutazione dell'impronta ambientale*" dei prodotti/servizi/organizzazioni avviato nel 2011 dal Ministero dell'Ambiente ed oggi in via di allineamento alla sperimentazione PEF della Commissione Europea, lasciano trasparire alcune criticità relativamente:

- alla **proliferazione dei marchi e/o certificazioni** di prodotto e di processo, all'introduzione cioè di un nuovo "logo" che si va a sovrapporre all'affollato universo di sigle (Emas, Ecolabel, Denominazioni di Origine, Biologico, marchi regionali o provinciali, ecc.) che già compaiono singolarmente o anche più di una alla volta nelle etichette dei prodotti o nelle promozioni dei servizi. Con conseguenze in termini di **costi per le aziende** (non solo e non tanto per il costo

in sé che avrà l'assegnazione del marchio e/o eventualmente per la necessità di associarsi e chiedere l'approvazione di Regole delle Categorie di Prodotto da realizzare ex novo, ma soprattutto per i costi di tutto quello che l'azienda deve mettere in pratica, certificare e rispettare per ottenere e mantenere il marchio), **scarsa partecipazione delle amministrazioni territoriali** (magari anche solo perché appunto già impegnate in marchi locali, “panieri” vari, ecc.) e **confusione per i consumatori** (basta immaginare, come prefigurato all'art. 12 della bozza di Regolamento, l'aggiunta di un logo + codice che indichi la classe di prestazione dei tre indicatori relativi alle categorie di impatto ambientale definite come maggiormente significative nell'ambito dei PCR + QR code o sito web da cui scaricare la Dichiarazione Ambientale di Prodotto, nell'etichetta di una bottiglia di vino che in teoria già potrebbe contenere nome della denominazione, bollino bio, nome di fantasia, nome dell'azienda con relativi recapiti geografici, nome della linea di vini di quella azienda o del cru e magari anche abbinamenti con il cibo e notizie del territorio);

- alle **categorie/indicatori**, che non sembra si possano molto facilmente adattare all'agricoltura e all'agroalimentare. L'Art. 7 del Regolamento prevede che le categorie di prodotto (e quindi relativi indicatori e benchmark) vengono definite dal Gestore dello Schema recependo sia quelle definite dalla Commissione Europea nell'ambito del percorso di sviluppo del metodo Product Environmental Footprint sia quelle aggiuntive legate a specifiche peculiarità della produzione nazionale italiana (ad es. sottocategorie specifiche di prodotto legate alle denominazioni di provenienza o di origine dei prodotti agroalimentari). All'individuazione di categorie di prodotto più consone alla produzione agroalimentare italiana si collega l'elaborazione delle **Regole per il calcolo e la valutazione dell'impronta ambientale**, che devono essere approvate con un complesso processo e possono essere anche proposte da soggetti (privati o pubblici) che rappresentino oltre il 50% della produzione nazionale delle specifiche categorie di prodotto, ma è evidente che costi e tempi dell'investimento necessari ad ottenere una certificazione di tipo ambientale potrebbero essere ulteriormente accresciuti dalla necessità di dover ricercare altri “partner” al fine di raggiungere la rappresentatività del 50% della produzione nazionale, soprattutto se la proposta dovesse essere presentata da enti che agiscono in uno stesso ambito regionale;
- alla **realizzazione concreta del processo**: il peraltro obbligatorio rispetto delle direttive comunitarie avvia **un ennesimo “monstre” fatto di nuovi soggetti da istituire, categorie, regole, procedure e tempi** da concordare, fissare e far rispettare, e di **un sistema di comunicazione (logo, sito web, campagne di informazione, ecc.) che in questo caso dovrà essere particolarmente efficace** per tutti i motivi prima esposti ma soprattutto per far metabolizzare ad aziende, amministrazioni e consumatori il carico di “lavoro” che a vario

titolo e in varia misura gli viene così imposto. A partire **dai problemi anche solo di etichettatura per finire con quelli di una massiccia campagna di divulgazione del senso dell'operazione e di educazione al consumo che renda immediatamente evidenti a chi produce, vende o compra (anche sui mercati internazionali) i valori aggiunti (impronta ambientale, qualità salutistica, qualità sensoriale, qualità del paesaggio, sostenibilità sociale, magari anche l'etica) corrispondenti al Marchio**. Il Regolamento, tra l'altro, non sembra sviluppare sufficientemente l'importante nodo dell'individuazione e del supporto ad azioni di sistema atte a facilitare l'adozione e la diffusione del Marchio, quali campagne di formazione, sviluppo di supporti tecnici e percorsi di accompagnamento per facilitarne l'uso da parte delle imprese (in particolare PMI), né quello delle risorse economiche e delle forme di incentivazione.

Last but not the least, una riflessione di carattere generale ma fondante per l'Associazione delle Città del Vino: il Marchio e il sistema ad esso connesso sembrano riguardare prevalentemente il ciclo di vita di un bene o di un servizio misurandone le prestazioni ambientali al fine di ridurre gli impatti di tale bene o servizio e rafforzando la consapevolezza del consumatore. Ma **per i territori quali benefici ci potranno essere? E le amministrazioni locali quanto effettivamente saranno coinvolte nel processo?** Le norme comunitarie parlano solo di sostenibilità ambientale, il Regolamento accenna a qualità del paesaggio e sostenibilità sociale come eventuali requisiti aggiuntivi da inserire nella Dichiarazione Ambientale di Prodotto obbligatoria per chi vuole ottenere l'autorizzazione ad esibire il Marchio, ma **in un Paese come il nostro in cui sia il settore dell'agroalimentare che quello del turismo sono strettamente legati e arricchiti dal rapporto con il paesaggio, con la storia e con la cultura locale, l'accento andrebbe messo anche sulla multivalenza della “sostenibilità”** che comprende una vasta gamma di elementi più generali: dai valori della carbon foot print (patrimonio edilizio, boschi e aree rurali, ecc.) all'efficienza energetica, dalla rete stradale agli acquedotti, dalla raccolta dei rifiuti alla banda larga, dall'accoglienza degli immigrati alla riqualificazione dei centri storici, fino alle politiche del lavoro ed alla formazione. **Se tutto il processo è incentrato essenzialmente sul “prodotto”, il Marchio nasce debole per l'Italia**, dove è il territorio a dare un contenuto altrettanto importante e caratterizzante rispetto ad altre realtà geografiche e ad altri mercati. Se si guardano alcuni indicatori in senso stretto, come l'uso delle risorse idriche o la riduzione del CO₂, a “vincere” sarebbero gli olandesi con le loro innovazioni green (naturalmente apprezzabilissime e dalle quali prendere esempio) e non il contadino delle Langhe o quello della Sicilia, che potrebbero avere alcuni punti deboli nella produzione di impronta ambientale in senso stretto ma che con le loro coltivazioni tutelano e veicolano saperi, territori e paesaggi. L'auspicio è, dunque, che l'adozione di uno schema nazionale di riferimento sull'utilizzo della PEF così come previsto dal “Made Green in Italy” venga

sostenuta da un modello tecnicamente solido, che **incentivi adeguatamente le peculiarità del nostro sistema, non sia particolarmente oneroso per le imprese né di difficile comprensione per il consumatore medio**, riconosca e **valorizzi i Servizi Ecosistemici e preveda un maggiore coinvolgimento delle amministrazioni locali** per favorire e comunicare l'associazione tra territorio, qualità ambientale e produzioni Made in Italy, soprattutto sui mercati esteri.

3.3 Ogm? meglio puntare sulla biodiversità

Ogm SI, Ogm NO, Ogm NI. Le tecniche di miglioramento genetico di ultima generazione continuano ad essere oggetto di un ampio dibattito, suscitando rilevanti opposizioni per la generazione di rischi e ulteriori dubbi sulle conseguenze del sistema dei brevetti per lo sviluppo equilibrato e sostenibile dei Paesi del sud. **L'Associazione nazionale delle Città del Vino condivide da sempre le preoccupazioni sulla coltivazione e l'impiego degli organismi geneticamente modificati** e si è impegnata in vario modo sul fronte del NO, dalla campagna dei "Comuni Ogm Free" nel 2003 all'adesione alla Task Force della Coalizione Italia Europa Liberi da Ogm, fino alla costante partecipazione ai lavori di approfondimento degli Stati Generali della Green Economy sulle problematiche e sulle opportunità legate alle filiere agricole di qualità ecologica.

3.3.1 Genome editing: la nuova frontiera delle biotecnologie sostenibilità

Nello scorso anno l'occasione per tornare a parlare di questo tema è stata fornita dall'**interessante contributo del Professor Pietro Perrino (Dirigente di Ricerca CNR)** che, confutando alcune recenti affermazioni del chimico e biologo inglese Richard Roberts (vincitore del Nobel per la Medicina 1993 per la scoperta dello splicing dei geni), mette correttamente in evidenza gli intenti monopolistici delle multinazionali a spese soprattutto del Terzo Mondo, la confusione tra evoluzione naturale (cioè l'addomesticazione di piante, animali e microrganismi con la collaborazione "causale" della natura e dell'ambiente) e manipolazioni praticate dall'uomo in laboratorio (mutazioni indotte "casualmente" grazie all'ingegneria genetica artificiale), la mancanza di un'educazione scientifica accompagnata da buone prassi e la crescente consapevolezza di ricercatori e consumatori sugli effetti negativi dei cibi transgenici sull'ambiente (biodiversità), sulla propria salute e su quella degli animali e delle piante stesse.

Sul fronte di chi invece aderisce alle nuove tecniche genetiche per le eventuali opportunità di miglioramento delle specie vegetali, hanno scosso il mondo della viticoltura la lettera del grande **viticoltore del Barbaresco Angelo Gaja** ("*Sfatiamo il tabù delle viti Ogm: sarà la salvezza del vino italiano*") e la posizione della **senatrice a vita Elena Cattaneo** ("*Vietare gli Ogm è un grave danno. Non ci sono prove che siano nocivi*"). **Gaja**, in sintonia con il **presidente della Società**

Italiana di Genetica Agraria Michele Morgante, afferma che solo con la cisgenesi si può dare un futuro ai vini italiani, oggi minacciati da nemici come la peronospora (che secca foglie e grappoli) e l'oidio (che infetta tutti gli organi verdi della pianta) resi più forti dall'aumento delle temperature. **Morgante** sottolinea la mancanza di tempo per procedere con la tecnica degli incroci, la stessa che ha permesso - ma in 15 anni - la creazione di 10 nuove varietà di vite (per vini da tavola o Igp) tutte resistenti ai parassiti. **Cattaneo** ha rincarato la dose, invocando dati scientifici certi da parte di chi da una parte è contrario all'uso di sementi di mais, soia o cotone ogm e dall'altra tollera che da decenni due volte l'anno si spargano insetticidi su centinaia di migliaia di ettari di coltivazioni - con danni già visibili sia sulla perdita di biodiversità (farfalle, coccinelle, larve) sia per le intossicazioni umane, riconosciute anche dall'Accademia Pontificia delle Scienze - o lascia gli Italiani nell'incertezza di aver mangiato un salame magari certificato come biologico ma proveniente da animali alimentati con Ogm (come permesso dal Regolamento 836/2014 della CE, che rinnova l'ennesima deroga per i mangimi di polli e maiali biologici).

A gennaio del 2016 il **Ministro dell'Agricoltura Maurizio Martina**, che pure ha confermato il divieto di coltivazione Ogm in Italia, ha annunciato una netta apertura al “genome editing” e all'approccio cisnetico, ritenendo che possano consentire un miglioramento mirato senza alterare le caratterizzazioni produttive di un sistema agroalimentare. La Legge di stabilità aveva, infatti, stanziato 21 milioni di euro per il finanziamento del più importante progetto di ricerca pubblica fatto nel nostro Paese su una frontiera centrale come il miglioramento genetico attraverso biotecnologie sostenibili. E' la prima volta che il **Governo investe risorse per potenziare filoni di ricerca già attivi e avviare nuovi percorsi sulle colture che caratterizzano di più l'agricoltura italiana** (vite, olivo, pomodoro, pesco, albicocco, agrumi, frumento, melanzana, melo, ciliegio, pioppo). Su questo approccio si sono espresse favorevolmente Consiglio Nazionale delle Ricerche, Società Italiana di Genetica Agraria, Società Italiana di Biologia Vegetale, Società Italiana di Ortoflorofruitticoltura, Società Italiana di Agronomia, Società Italiana di Patologia Vegetale, Accademia dei Georgofili, Unione Nazionale delle Accademie per le Scienze Applicate allo Sviluppo dell'Agricoltura, alla Sicurezza Alimentare ed alla Tutela Ambientale, Associazione Nazionale Biotecnologi Italiani. Le **biotecnologie sostenibili diverse da transgenico sono per ora chiuse in un limbo fra Ogm e non Ogm**, ma diversi documenti redatti da organizzazioni scientifiche europee indicano che, non essendo realizzati con “inserimenti” estranei a quelli propri della specie, cisgenesi e genome editing danno risultati del tutto simili ai prodotti ottenuti per incrocio tradizionale. Il miglioramento genetico vegetale potrebbe così rappresentare uno dei settori attraverso il quale aumentare competitività, efficienza produttiva e sostenibilità del sistema agricolo, favorendo l'adattamento ai cambiamenti climatici e contribuendo alla qualità delle produzioni, sia con riferimento al potenziamento delle proprietà salutistiche e nutraceutiche, sia

diminuendo la necessità di ricorrere all'uso dei fitofarmaci.

3.3.2 La difficile coesistenza tra colture OGM e agricoltura tradizionale

L'Associazione delle Città del Vino mantiene una **forte prudenza sui rischi derivanti dall'inquinamento del patrimonio genetico delle nostre coltivazioni** e dall'introduzione di diritti e brevetti che minerebbero ulteriormente il già fragile equilibrio produttivo delle nostre campagne, data l'impossibilità della coesistenza tra agricoltura tradizionale e quella geneticamente modificata soprattutto in sistema agricolo come il nostro che ha il suo tradizionale punto di forza nella ricchezza della biodiversità e nel rapporto con il territorio. Persiste il timore che la propagazione di transgeni sia un fenomeno ingovernabile, che provoca l'inevitabile contaminazione delle colture diverse da quelle geneticamente modificate, e tra l'altro, come ha ricordato anche Martina, i modelli agricoli estensivi che da anni consentono la coltivazione di Ogm hanno dimostrato di essere **troppo dipendenti da pochi soggetti che detengono le leve fondamentali di questa partita**. I livelli di condizionamento, ambientali e non solo, sono oggettivamente assai rilevanti, in particolare dove l'agricoltura è per lo più organizzata in piccole imprese familiari. L'allarme **sui pericoli derivabili dalla coesistenza di coltivazioni tradizionali e coltivazioni biotech** sul suolo italiano e comunitario è rafforzato dalla constatazione che l'Europa e gli Stati membri non sembrano percepire l'introduzione degli Ogm come un pericolo per la loro sovranità alimentare, economica e politica. Una questione che rischia di stravolgere pesantemente e con esiti incerti il sistema agricolo caratteristico del Vecchio Continente e il suo immenso patrimonio di biodiversità, di territori e di produzioni agroalimentari di qualità.

A prove e pubblicazioni scientifiche sulla sicurezza di piante come il mais o il cotone Bt o la soia Ogm continuano a contrapporsi con forza, oltre ad una **maggioranza di consumatori contraria** e sempre più attenta alle etichette dei prodotti in commercio, le voci di **protesta di contadini (soprattutto quelli dei Paesi dove le coltivazioni Ogm sono più estese), genetisti, ecologisti, breeders e organismi internazionali**. Al **principio di precauzione** - la crescita anche solo ipotetica dei rischi e dei pericoli che si presumono associati alla presenza nel cibo di nuove sostanze prodotte dalle biotecnologie transgeniche è sufficiente a sconsigliarne l'uso fino a quando non saranno disponibili evidenze certe del contrario - si affianca la consapevolezza della **profonda differenza esistente tra la selezione/evoluzione naturale e l'ingegneria genetica** che trasferisce centinaia di geni in maniera incontrollata nel genoma dell'individuo che si vuole trasformare, con risultati instabili e conseguenze non prevedibili.

Certamente **molti sono i punti da chiarire e migliorare nella legislazione italiana ed europea che regola le certificazioni biologiche**, che attualmente a fronte di costi assai onerosi per

produttori e consumatori non offre sufficienti garanzie di qualità del prodotto dal punto di vista dei prodotti chimici o dei mangimi utilizzati e l'ambiguità non riguarda solo le produzioni bio: sembrerebbe infatti che, pur essendo contrari alla produzione autoctona di Ogm, importiamo dai Paesi nostri vicini (Spagna, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania e Slovacchia) ma anche più lontani (Stati Uniti, America Latina, Canada e Cina) grandi quantità di mai e soia geneticamente modificati (pare che 3 kg del pasto quotidiano di una mucca italiana siano a base di Ogm). Così come andrebbe al più presto sciolto il punto insidioso e fondante della definizione e quindi della regolamentazione degli Ogm a livello comunitario: la lobby delle industrie biotecnologiche e delle grandi multinazionali agrochimiche come Bayer, BASF, Dow Agrosiences e Monsanto (che hanno già presentato decine di brevetti), sostengono che le **“nuove tecniche di ingegneria genetica” sono “esentate” dal rispetto dalla normativa europea sugli Ogm in quanto completamente diverse** e a marcare questa differenza le ha genericamente ribattezzate “nuove tecniche di allevamento”. Ma comunque la si voglia chiamare (o mascherare?) la categoria è composta da una lunga lista di item molti dei quali raggruppati nel genome editing (Oligonucleotide-Directed Mutagenesis, Zinc Finger Nuclease technology, Cisgenesis e Intragenesis, Grafting, Agroinfiltration, RNA, RdDM, Reverse Breedin) e non su tutti la Comunità scientifica è riuscita a fornire dati certi sulle conseguenze a lungo termine sull'ambiente, la sicurezza alimentare e le scelte dei consumatori. E poiché molte di esse sono attualmente applicate dagli sviluppatori per colture alimentari, alberi, animali da fattoria e insetti, sono evidenti i rischi che potrebbero derivare dal fatto che si traducono nei cibi destinati all'uomo e agli animali senza essere testati, rintracciati e dotati di etichetta. Chiamata a decidere già da diversi anni, la Commissione Europea non ha ancora espresso una direttiva chiara, tirata da una parte da alcuni governi (come UK, Netherlands e Germania) che spingono per la deregolamentazione di una o più di queste tecniche, e, dall'altra, dalla diffusa ostilità verso gli Ogm manifestata dalla pubblica opinione.

Per questi motivi l'**Associazione guarda con attenzione e prudenza** alle parole con le quali l'*Associazione nazionale biotecnologi italiani* ha accolto il piano per la ricerca sostenibile in agricoltura: *“Dopo decenni di impasse, si riconsegna dignità a un settore di ricerca finora, nonostante le potenzialità e le competenze espresse dai nostri ricercatori, bistrattata se non osteggiata. Vediamo con favore questa apertura a sostegno della ricerca pubblica in agricoltura ed auspichiamo che questo sia il primo passo di una strada che porti a un dialogo sulle biotecnologie agrarie capace di andare oltre le sigle e abbandonare le barricate ideologiche”* e a quelle con le quali il **Ministro Martina** ribadisce la portata di questo sostegno alla ricerca sostenibile in agricoltura, che ha finora sofferto di una ingiustificata e gravissima scarsità di risorse: *“In pochi anni possiamo essere leader sul fronte dell'agricoltura di precisione e delle biotecnologie sostenibili legate al nostro patrimonio culturale. Non siamo all'anno zero e vogliamo mettere a*

frutto le grandi professionalità dei nostri ricercatori, riconosciute anche a livello internazionale. Investiamo sulle migliori tecnologie per tutelare le nostre produzioni principali. Su alcune di queste piante siamo stati protagonisti del sequenziamento del genoma, come nel caso della vite e del frumento, su altre iniziamo ora un lavoro più sistematico ... Obiettivi chiari e ben definiti, con un percorso che guarda al futuro della nostra agricoltura. Anche in Europa va condotta una discussione definitiva perché queste biotecnologie vengano pienamente riconosciute, anche sotto il profilo giuridico, diversamente dagli Ogm transgenici". Una battaglia, quest'ultima, nella quale l'Italia è in prima fila insieme all'Olanda, forti anche del parere rilasciato già da tempo dal Consiglio Consultivo per la Scienza delle Accademie europee (Easac) sulla differenza esistente tra i prodotti delle nuove biotecnologie e i vecchi organismi transgenici degli anni '90.

In tale direzione andrebbero, tra l'altro, **rilanciate e sostenute le oltre 1400 seedbanks o genebanks** sparse nel mondo, oggi in difficoltà a causa della carenza di finanziamenti sia perché la politica preferisce finanziare le ricerche a livello molecolare in buona parte propedeutiche agli Ogm, sia per la competizione diretta tra Ogm e risorse genetiche conservate, appunto, nelle banche dei semi.

3.3.3 Preservare la biodiversità piuttosto che modificare i geni

Le nostre **perplexità riguardano tutta la filiera agricola**, in quanto il modello agricolo italiano non può assolutamente sopportare la presenza di Ogm, sia in termini di omologazione delle produzioni e quindi anche dei gusti, sia per la conformazione stessa del paesaggio che non consente, di fatto, alcuna possibile coesistenza. Il **vino, per fortuna, non è troppo coinvolto da questo problema** e possiamo dire che se ciò non è finora accaduto è merito dei vignaioli e dei consumatori che con le loro scelte continuano a testimoniare come questa tecnologia sia ben poco accettata in Italia e in molte parti d'Europa. Ma le tentazioni di utilizzare anche per la vite organismi geneticamente modificati non sono mancate e anzi, come abbiamo letto sui media, proprio in questi giorni sono salite alla ribalta, ad opera di peraltro autorevoli personaggi del mondo della scienza, della politica e della vitivinicoltura. Siamo allora ancora una volta a richiedere:

- che la **direttiva comunitaria sugli organismi geneticamente modificati venga al più presto aggiornata in maniera chiara e certa** alla luce delle nuove tecniche di ingegneria genetica, adottando anche per queste i principi di precauzione e di valutazione dei rischi su salute e ambiente (principi stabiliti dal diritto UE, che possono essere rispettati solo se i nuovi metodi sono coperti dalla direttiva);
- che vengano adottati **gli strumenti necessari per evitare commistioni** tra colture tradizionali e biologiche con colture geneticamente modificate;

- che sia costruito un **quadro di massima trasparenza nella comunicazione al consumatore** delle caratteristiche degli alimenti, della loro origine territoriale e delle modalità dei processi di produzione e in particolar modo delle regole comunitarie relative all’etichettatura di alimenti e mangimi con presenza di organismi geneticamente modificati, al fine di promuovere scelte responsabili e orientare i consumi verso acquisti consapevoli di prodotti alimentari salubri e green;
- **che vengano moltiplicati gli sforzi di ricerca nella gestione di tecnologie sostenibili**, in particolare pensando alla salvaguardia della diversità degli ecosistemi, di colture tipiche della nostra esperienza e di ambienti naturali estremamente delicati come quelli italiani;
- che **la ricerca e l’innovazione siano sempre più indirizzate nella direzione della sostenibilità ambientale** e delle buone pratiche agronomiche che consentono di tutelare le risorse sotto il profilo qualitativo e quantitativo, aumentare e mantenere la qualità del territorio, la fertilità organica del suolo ed il sequestro di carbonio.

Ma soprattutto che venga **tutelato, senza deroghe di alcun tipo, il diritto alla sovranità alimentare**, che mai e in nessun caso può permettere che siano oggetto di “brevetto” terre, territori, acque, semi, mandrie e biodiversità. Perché la sovranità alimentare è il diritto dei popoli a definire i propri sistemi agricoli e alimentari, a controllare la propria alimentazione e a consumare un cibo salubre, culturalmente appropriato, prodotto attraverso metodi sostenibili ed ecologici.

3.3.4 Gli autoctoni: valori ed opportunità

A tale proposito vale la pena ricordare che le Città del Vino hanno sempre guardato con molta attenzione al **recupero e alla valorizzazione dei vitigni italiani e alla ricerca sulla variabilità intravarietale nella vite attraverso la sua analisi genetica** (molto utile potrebbe, per esempio, essere la ricerca sulla vite selvatica immune a oidio e peronospora). La reintroduzione dei vitigni antichi nella coltivazione rappresenta, tra l'altro, un esempio di come **debba essere interpretata correttamente la tradizione**: mentre vitigno e terroir sono gli elementi tradizionali della produzione, le tecniche di coltivazione, **l’interpretazione enologica e le caratteristiche sensoriali del vino possono essere fortemente legate all’innovazione**.

Tra le tante iniziative sostenute dall'Associazione ricordiamo:

- la presentazione alla Regione Calabria del Progetto **“Il Giardino dei vitigni antichi”** (a cura dell'Architetto David Palterer) che punta a raccogliere, classificare e rendere direttamente fruibili per studiosi e appassionati i vitigni antichi e autoctoni della Locride (2004);
- le due pubblicazioni (a firma del Professor Attilio Scienza) **“Dizionario dei vitigni antichi minori italiani”** (2004) e **“Vitigni tradizionali ed antichi italiani - la storia, il paesaggio, la**

ricerca” (2006);

- il **Progetto Vinum** nato, nel filone di un interesse che l’archeobotanica ha sviluppato sul tema specifico della viticoltura, con un forte carattere di interdisciplinarietà, per rintracciare l’origine di alcuni vitigni (forme di domesticazione della vite silvestre o, al contrario, forme di rinselvaticamento delle antiche viti coltivate) grazie allo studio del germoplasma (2007);
- la realizzazione di “**Senarum Vinea - Le vigne di Siena**”, progetto di riconoscimento e valorizzazione del patrimonio viticolo storico e delle forme di coltivazione nella città murata (2009);
- la **proposta di un Centro di Cultura della Viticoltura Mediterranea (CEVIMED)** e l’**appello del Professor Mario Fregoni ai Sindaci delle Città del Vino** affinché si adoperino per una costante attenzione alla salvaguardia e tutela di vitigni antichi presenti nei loro territori (2016).

Non va peraltro dimenticato come la **Legge 14 gennaio 2013 n. 10** (“**Norme per lo sviluppo degli spazi verdi urbani**”) non costituisce solo un “onere” per i Sindaci ma anche una grande opportunità laddove **tutela la biodiversità varietale, i monumenti arborei storici ed in generale l’equilibrio naturale ed ambientale**, prevedendo, fra le tante iniziative, anche l’impianto di specie e varietà autoctone. L’art. 7, in particolare, detta precise disposizioni per la tutela e la salvaguardia degli alberi monumentali, dei filari e delle alberate di particolare pregio paesaggistico, naturalistico, monumentale, storico e culturale, compresi quelli inseriti nei centri urbani.

In questo contesto, prima nel suo genere è stata la **delibera comunale di Urzulei del 7 settembre 2016** che ha posto legalmente sotto la protezione comunale e forestale una pianta millenaria maschile di *Vitis silvestris* rinvenuta ad Urzulei in Sardegna, contornandola con una recinzione metallica, non propagabile e non danneggiabile dai visitatori.

3.4 Pianificazione territoriale e agricola: una nuova reciprocità tra città e campagna

Diceva Pier Paolo Pasolini che quando il Paese perderà i contadini, perderà la propria storia. Diceva Andrea Zanzotto che un bel paesaggio una volta distrutto non torna più. Con queste due citazioni, **la discussione sull’(ab)uso del suolo viene riportata ad uno dei suoi cardini fondamentali: il ruolo dell’agricoltura nella costruzione dell’identità locale e del paesaggio**, cioè di un mondo rurale ricco di risorse che non può essere sottoposto a logiche puramente economiche. L’agricoltura italiana e la viticoltura in particolare hanno lasciato, nel corso dei secoli, profondi segni identificativi del paesaggio rurale e ancora oggi continuano a rappresentare il “marchio” di un territorio attraverso pratiche colturali che si intrecciano con gli ambienti urbani, i borghi, le cantine, le case sparse, gli annessi agricoli, la cultura e le attività economiche e sociali dei luoghi.

Un tema, questo, da sempre assai caro all'Associazione Città del Vino, che da diversi anni sostiene che il **territorio non è solo un bene pubblico quanto piuttosto un bene comune** che non può essere venduto né usucapito e che, in particolare, il suolo agrario è parte fondamentale del nostro capitale sociale e della nostra qualità della vita, oltre che una **risorsa collettiva strategica** destinata a garantire la sicurezza e la sovranità alimentare, idrica ed energetica del Paese. Oggi, più che mai, **promuovere lo sviluppo sostenibile del territorio non può prescindere da una pianificazione agricola e alimentare** che, attraverso una rete complessa di azioni specifiche, faciliti e coordini politiche e progetti afferenti ad ambiti tematici diversi, finora spesso pensati e attuati indipendentemente gli uni dagli altri.

Le imprese agricole, e in particolare le aziende vitivinicole, devono essere consapevoli del fatto che **il bel paesaggio è una opportunità (“bello è anche buono”)** e che nella globalizzazione in atto questo gioca un ruolo determinante nella possibilità di spendere il territorio come elemento di attrazione e di competizione, anche turistica. Ma le regole per tutelarlo e salvaguardarlo in modo attivo non devono calare dall'alto ed essere vissute come una imposizione, bensì come **un progetto da condividere perché capace di contenere i saperi espressi dalla comunità locale**. Né è possibile pensare di fare del paesaggio un elemento immutabile, una sorta di museo a cielo aperto, perché se il landscape di molte delle nostre aree vinicole (basta pensare al Chianti o alle Langhe, come esempi tra tutti) sono tra i più riconosciuti al mondo è proprio perché nel corso dei secoli l'uomo lo ha modellato. Si deve passare **da una conservazione passiva, fatta soprattutto di divieti, ad una attiva, con un nuovo sistema di incentivi** per gli agricoltori, una semplificazione degli oneri burocratici ed una migliore distribuzione delle risorse. Contemporaneamente le città devono ritrovare un loro confine e svilupparsi per riqualificazione, sostituzione e densificazione dei tessuti esistenti, in un quadro di razionalizzazione delle funzioni, di risparmio energetico e di miglioramento dei servizi e della mobilità collettiva, anche con l'aiuto delle nuove tecnologie.

Integrare politiche pubbliche e pianificazione urbana e rurale vuol dire allora costruire uno strumento che possa agire al tempo stesso **sulla gestione endogena delle risorse locali, sulla conservazione della biodiversità, sulla tutela del paesaggio, sulle dinamiche economiche, occupazionali e sociali**, svolgendo così un ruolo di primissimo piano verso la resilienza dei sistemi urbani.

3.4.1 Zonizzazione, sostenibilità, urban food planning

Anticipando questo approccio dal punto di vista della gestione delle zone di pregio vitivinicolo territorio, già nel 1996 l'Associazione delle Città del Vino aveva messo a punto il **“Piano Regolatore delle Città del Vino”** per offrire alle amministrazioni locali uno strumento

multidisciplinare fondato sull'equilibrio tra validità agronomica e qualità paesaggistica, attento a ridefinire un **un diverso patto tra città e campagna** anche alla luce delle nuove interdipendenze tra le funzioni dei servizi urbani e dei servizi produttivi alla campagna e delle nuove modalità di fruizione degli spazi pubblici e privati.

Da allora queste linee metodologiche sono state ulteriormente aggiornate ed arricchite: dall'**inserimento della zonizzazione vitivinicola e del paesaggio nel 2007** (con specifici contenuti in tema di paesaggio, misure di adattamento al deterioramento climatico, aggiornamento delle tecniche per gestire il vigneto, qualità dell'architettura rurale e dei riflessi che tutto ciò ha sul governo del territorio) **alle energie rinnovabili in campagna nel 2011** (relativamente alle fonti - fotovoltaico, eolico, biomasse - e all'uso del suolo rurale) **fino all'attuale fase di studio sull'introduzione di elementi come sostenibilità, accessibilità, cambiamenti climatici e Urban Food Planning**, cioè, appunto, la pianificazione economica del cibo al livello urbano (inteso come area vasta, non come singolo comune): una visione strategica di grande respiro e impatto, che si realizza attraverso la creazione di circuiti economici basati sulla produzione e il consumo di cibo locali e finalizzati a generare mercati autosostenibili, stimolare la microimprenditorialità, salvaguardare e valorizzare i caratteri distintivi dei paesaggi agrari.

Quest'anno, proprio in occasione del suo trentennale, l'Associazione ha voluto proporre un'anteprima su quelli che saranno i prossimi orientamenti del PRU delle Città del Vino. Le riflessioni connesse ai rapporti tra agricoltura, cibo e fenomeni urbani, pubblicate da Franco Angeli, sono il frutto di un **gruppo di lavoro diretto dal Professor Davide Marino del Dipartimento di BioScienze e Territorio dell'Università del Molise e dall'Architetto Valeria Lingua, ricercatrice del Dipartimento di Architettura - Laboratorio Regional Design dell'Università di Firenze.**

I territori mediterranei sono costruiti intorno al primato urbano, l'orticoltura e l'arboricoltura tradizionalmente hanno luogo nelle città e, **se la pratica agricola trova spazio nell'immediato intorno urbano, il cibo è il vero protagonista della vita pubblica**: la piazza, che nei secoli si è andata circondando di portici e arcate, come riparo dal sole e dalla pioggia, accoglie frequentemente anche il mercato. A Napoli e Palermo il cibo di strada invade di colori e profumi la città, contribuendo a definire una complessa geografia dei suoi flussi in grado di riscrivere tanto la forma dello spazio quanto i comportamenti che in esso sono inventati. Gli stessi modelli relazionali che legano cibo e strutture sociali concorrono a determinare i caratteri identitari dei paesaggi, dei territori e delle comunità che li abitano e li trasformano.

Tra gli esiti di "Expo 2015 - Nutrire il pianeta" c'è, peraltro, il **"Milan Food Policy Pact" sottoscritto da 113 città del mondo (tra cui otto italiane) che si sono impegnate a rendere i sistemi alimentari urbani più equi e sostenibili.** Nell'ultimo decennio diverse amministrazioni locali italiane hanno sviluppato progetti direttamente o indirettamente connessi con la

pianificazione alimentare: eterogenei per scala e focus di riferimento, sono accomunati dal ruolo di università e centri di ricerca impegnati nel costruire nuovi strumenti per accogliere le istanze della società contemporanea. Esperienze tuttavia ancora recenti o in fase di sviluppo, di cui non è possibile tracciare un'esaustiva immagine complessiva. Ma se le principali iniziative (soprattutto quelle internazionali) finora condotte sul tema hanno riguardato i grandi sistemi urbani, **ciò su cui qui si vuole ragionare sono le politiche alimentari nella loro declinazione spaziale e relazionale come occasione per i piccoli e medi centri italiani**, per muovere verso l'integrazione tra coesione e innovazione, sviluppo turistico e resilienza attraverso la riterritorializzazione dei sistemi agroalimentari e delle loro funzioni per le comunità.

3.4.2 Il valore aggiunto dei nuovi Piani Regolatori delle Città del Vino

L'agricoltura può rivestire una funzione primaria nel ridefinire equilibri ecologico-ambientali, produttivi, sociali ed economici, ma è importante **tenere separata l'agenda strategica di scala vasta (che riguarda parimenti le città metropolitane e le unioni di comuni) cui assegnare un ruolo d'indirizzo da quella serie di azioni a scala locale che ne costruiscono lo strumento di lavoro principale**. Non è un caso, tra l'altro, che nel nostro Paese siano proprio i centri di piccole e medie dimensioni, anche legati da diverse forme associative, a costituire l'ambito di applicazione privilegiato della pianificazione e delle politiche alimentari, lasciando alle grandi città il ruolo di orientamento alla scala metropolitana. Dall'impossibilità di ridurre le regole dei flussi di cibo ai confini amministrativi dei Comuni, emerge tuttavia la necessità di individuare gli ambiti tematici per la costruzione di un quadro conoscitivo e un modello fatto di azioni diverse, connesse tra loro. In questo senso, i Piani Regolatori delle Città del Vino hanno bisogno di accogliere nuove riflessioni: **non è più una sola produzione a rappresentare l'occasione per il territorio di riscrivere le sue strategie di sviluppo, quanto tutta quella serie di azioni materialmente e immaterialmente legate all'atto del mangiare**. I PR nati dalle normative regionali di nuova generazione in tema di governo del territorio offrono un quadro di riferimento più maturo e consolidato rispetto a quello che ha accompagnato la prima stagione dei Piani delle Città del Vino e le realtà di dimensioni medie e piccole, oltre a essere prevalenti in termini quantitativi e particolarmente rappresentative del tessuto sociale ed economico nazionale, hanno caratteri territoriali e dinamiche produttive e sociali adatte allo sviluppo di strategie e progetti in tale direzione.

Se il piano regolatore è lo strumento chiave per orientare il dibattito pubblico e le agende politiche locali verso la pianificazione agricola e alimentare, **valorizzare la gestione in forma associata o collettiva** (*reti d'impresa, contratti di rete, patti di filiera, distretti agricoli e alimentari, contratti di*

fiume, piani di gestione dei siti Natura 2000, ecc.) è una soluzione assai efficace per superare la dimensione polverizzata e frammentata che tende a connotare il nostro tessuto produttivo agricolo e alimentare e per favorire la collaborazione, lo scambio e l'aggregazione tra imprese e altri stakeholders.

Perché costruire percorsi di pianificazione alimentare significa attuare processi di ben più ampia portata. Significa infatti:

- riterritorializzare i sistemi agroalimentari locali;
- valorizzare produzioni e diversità territoriali;
- riconoscere all'attività agricola un ruolo primario nella gestione degli agroecosistemi e degli strumenti di tutela ambientale;
- favorire l'accesso al cibo e all'educazione alimentare;
- contrastare lo spreco alimentare e le povertà urbane;
- intervenire sull'inserimento dei migranti nel tessuto produttivo delle comunità e sul loro ruolo per lo sviluppo culturale e sociale;
- costruire percorsi di legalità in territori difficili in cui i rapporti tra mercato, lavoro e senso di comunità sono più fragili.

E qui forse può essere ancora più evidente **il valore aggiunto dei nuovi Piani Regolatori delle Città del Vino**, tesi sempre più a rappresentare uno sforzo culturale vero, a fornire metodi di valutazione degli interventi e a coinvolgere tutti i protagonisti degli scenari urbani e rurali nella costruzione di comunità e nella gestione del territorio in un momento di grandi cambiamenti sociali, naturali e produttivi.

3.5 Programmazione europea 2014-2020: concentrare, razionalizzare, mettere in rete

Concentrare i progetti finanziati dalle politiche regionali di coesione, introdurre misure di **semplificazione e razionalizzazione** delle procedure di accesso ai bandi e al credito, **valorizzare le buone prassi e il lavoro di rete**: queste le linee progettuali che l'Associazione nazionale delle Città del Vino ha voluto evidenziare nel dare il suo contributo alla **consultazione pubblica aperta nel 2013 dall'allora Ministro per la coesione territoriale Fabrizio Barca sul documento "Metodi e obiettivi per un uso efficace dei Fondi comunitari 2014-2020"**.

L'Associazione ha ritenuto questa sollecitazione una preziosa opportunità ed ha voluto coinvolgere nel lavoro di approfondimento e scambio di idee tutti i suoi associati, che hanno risposto con proposte e suggerimenti anche di carattere pratico.

Un utile strumento di riflessione è arrivato dall'**analisi condotta dall'Associazione sui dati resi**

disponibili dal portale OpenCoesione, il primo portale nazionale sull'attuazione degli investimenti programmati nel ciclo 2007-2013 con le risorse del Fondo nazionale per lo Sviluppo e la Coesione e con i fondi strutturali.

L'analisi - i cui risultati sembrano in buona parte riferibili anche all'attualità - ha permesso di **mettere a fuoco alcune delle criticità che hanno caratterizzato l'utilizzo di tali fondi negli ambiti più strettamente collegati alla valorizzazione della vitivinicoltura, dell'agroalimentare e del turismo enogastronomico**, per un totale di 1957 progetti individuati attraverso le parole chiave di ricerca *Agroalimentare, Borghi, Cucina, Dieta Mediterranea, Dop, Educazione Alimentare, Enogastronomia, Enologia, Gastronomia, Igp, Itinerari, Miele, Olio, Pane, Prodotti Biologici, Uva, Vino e Vitigni*.

Nella quasi totalità dei casi le risorse finanziarie sono state dedicate all'acquisto di beni e servizi categoria, mentre solo una minima percentuale dei progetti ha riguardato la concessione di incentivi alle imprese, la distribuzione di contributi ad altri soggetti diversi da unità produttive e la realizzazione di opere ed impianti, aspetto quest'ultimo che denota un **ruolo dei progetti assai poco di carattere strutturale**. Le modalità di finanziamento sono numerose, ma assai **ridotto è il cofinanziamento sia da parte di enti locali e altri soggetti pubblici sia da parte di privati**. Le attività finalizzate all'*Istruzione*, all'*Occupazione* e (in misura minore rispetto alle prime due) alla *Ricerca e Innovazione* coprono oltre l'86% dei progetti. La distribuzione geografica degli interventi vede ai primi posti il Friuli Venezia Giulia con un totale di 369 progetti, seguita da Toscana, Sicilia, Piemonte e Campania. La scelta di puntare sulle eccellenze enologiche ha riguardato soprattutto l'Abruzzo dove il *Vino* rappresenta l'oggetto del 25% dei progetti, la Basilicata, la Valle d'Aosta e il Veneto. L'*Agroalimentare* è al centro del 50% dei progetti in Lombardia e di una cifra di poco inferiore in Emilia Romagna, Basilicata e Umbria. La valorizzazione dei *Borghi* è particolarmente sentita nelle Marche (17,6%), quella degli *Itinerari* in Lombardia (50%), Campania e Valle d'Aosta. Ma la prospettiva di analisi più interessante riguarda la dimensione media dei progetti per ambito di riferimento territoriale. Gli interventi risultano **eccessivamente frammentati, soprattutto quelli che afferiscono al comparto della vitivinicoltura nel suo complesso** (progetti di valorizzazione del vino, dell'uva, dei vitigni, dell'enologia e dell'enogastronomia). La regione che sembra aver realizzato la maggiore massa critica è la Lombardia con una media di 1.425.991 euro a progetto, seguita - ma ad una certa distanza - dalla Sardegna, con una media di 950.249 euro a progetto.

Le cifre rivelano ovviamente una migliore concentrazione degli investimenti nei progetti che vedono coinvolte due o più regioni nell'utilizzo del Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale, ma nel complesso confermano la **dispersione delle risorse in un numero eccessivo di "piccoli" interventi**, che non possono non limitarsi ad avere una altrettanto ridotta efficacia o restare a livello sperimentale. Se a questo si aggiungono il fatto che **frequentemente i progetti finanziati dai fondi**

strutturali hanno rappresentato l'unica forma di investimento sociale nel territorio ed altre criticità - come una **scarsa selettività degli interventi finanziati, la bassa percentuale di realizzazione dei progetti, lo sbilanciamento dei finanziamenti sugli obiettivi di tutela piuttosto che di sviluppo, le difficoltà di accesso ai bandi e al credito e una spesso insufficiente integrazione territoriale e funzionale delle attività** - è facile evidenziare come sia difficoltoso garantire modelli gestionali adeguati a promuovere e sostenere processi di sviluppo locali.

3.5.1 Le proposte operative delle Città del Vino

Nel documento inviato al Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione economica l'Associazione ha, inoltre, declinato una serie di proposte operative in rapporto a tre delle tematiche affrontate nel Documento del Ministro Barca. Nella stessa direzione è stato articolato il documento con il quale l'Associazione ha voluto accogliere, l'anno successivo, l'invito del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali a partecipare con suggerimenti e idee al piano di azioni del Governo per l'agroalimentare italiano (#CAMPOLIBERO, 2014). Proposte che sembrano tutte conservare ancora intatta la loro validità.

AGENDA DIGITALE (*miglioramento dell'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, dell'impiego e della qualità delle medesime*)

Sostenere l'offerta di servizi, la diffusione dell'ICT in settori rilevanti, nonché la promozione di soluzioni per smart cities and communities attraverso:

- 1) Incentivi a progetti finalizzati ad incrementare le presenze turistiche di provenienza nazionale ed estera e la fruizione del patrimonio culturale, naturale e paesaggistico delle aree a vocazione vinicola dotandole di strumenti tecnologici (touch screen e QR Code) in grado di assicurare un'informazione turistica capillare, aggiornata e a ridotto impiego di risorse umane e finanziarie.
- 2) Incentivi a progetti di e-commerce e di mobile-commerce che, attraverso la creazione di piattaforme digitali e applicativi per smartphone e tablet, offrono servizi di informazione, localizzazione e vendita di vini ed altri prodotti agroalimentari di qualità.
- 3) Incentivi a progetti incentrati sulla fornitura di servizi infologistici (tracciabilità, contrasto alla contraffazione, comunicazione one-to-one, marketing, geo-marketing), basati sul web e sulla tecnologia QR code e destinati a supportare le filiere globali di esportazione di vini ed altri prodotti agroalimentari di qualità.

COMPETITIVITÀ DEI SISTEMI PRODUTTIVI (*promozione della competitività delle piccole e medie imprese e dei settori agricolo, della pesca e dell'acquacoltura*)

Migliorare il capitale umano e l'offerta di risorse professionali qualificate attraverso:

1) Azioni volte alla crescita del capitale umano in agricoltura attraverso una maggiore accessibilità all'informazione sui settori della vitivinicoltura, dell'import/export agroalimentare e del turismo enogastronomico, in particolare attraverso l'istituzione di osservatori dedicati che raccolgano dati di mercato, strumenti di previsione in materia di competenze e opportunità di lavoro, valutazioni, studi, analisi politiche e indagini statistiche.

2) Azioni volte a sostenere il ricambio generazionale in agricoltura attraverso interventi diretti a: a) semplificare e razionalizzare le pratiche e le procedure burocratiche per l'avvio o la crescita di attività imprenditoriali; b) semplificare e razionalizzare le pratiche e le procedure di accesso ai bandi e al credito agrario specializzato; c) migliorare l'accesso ai finanziamenti delle PMI nella loro fase di avvio e crescita, integrando l'uso degli strumenti finanziari a livello nazionale e regionale; d) offrire agevolazioni ai giovani che creano nuove imprese agricole e che si insediano nelle aree demaniali in stato di abbandono (riduzioni fiscali, attribuzione di appezzamenti del demanio agricolo, forme di microcredito, ecc.); e) incentivare le pratiche assicurative a livello nazionale e comunitario che offrono protezione agli agricoltori da crisi, climatiche o di mercato, infestazioni ed emergenze ambientali; f) rafforzare il ruolo della cittadinanza italiana ed europea, anche tramite politiche di integrazione, occupazione e formazione dei lavoratori agricoli immigrati (es. concessione della cittadinanza italiana ai figli dei lavoratori stranieri).

Azioni volte a favorire l'occupazione giovanile e la competitività delle filiere produttive territoriali attraverso il potenziamento dell'istruzione tecnica e professionale: a) Interventi di promozione del contratto di apprendistato e della formazione on the job nei principali comparti delle produzioni che caratterizzano il Made in Italy e dei mestieri tradizionali (agroalimentare, vitivinicoltura, turismo enogastronomico, green jobs); b) Incentivi a consorzi di imprese e laboratori artigianali che garantiscano a tirocinanti tra i 18 e i 29 anni l'opportunità di apprendere un mestiere a elevata componente manuale e di specializzarsi in moduli formativi professionalizzanti nella produzione, commercializzazione e organizzazione d'impresa nelle aree tematiche della filiere dell'agroalimentare e del turismo enogastronomico ed ambientale più strettamente legate alla tradizione dei territori.

Promuovere start up innovative e imprese sociali attraverso:

1) Interventi a sostegno di imprese agroalimentari dedicate alla coltivazione e produzione di prodotti attualmente importati in grandi quantità dall'estero (es. zafferano, fichi, noci, ecc.), attraverso a) incentivi alla produzione sostenibile su piccola e media scala e in filiera corta

(vendita diretta in azienda, vendita diretta nei mercati del contadino, e-commerce di prodotti biologici e a chilometro zero); b) incentivi dedicati a destinatari specifici (giovani, donne, immigrati); c) interventi di semplificazione e razionalizzazione delle pratiche e delle procedure burocratiche per l'avvio o la crescita di attività imprenditoriali.

2) Interventi a sostegno di imprese ed enti impegnati nello sviluppo di borghi e territori che non sono caratterizzati da colture agroalimentari specifiche, attraverso la riqualificazione dei centri urbani (B&B, alberghi diffusi, ecc.), il recupero della biodiversità locale (orti, giardini varietali, ecc.), la distribuzione a Km0 (mercati del contadino, ristorazione legata alla tradizione locale e con prodotti della filiera corta), l'organizzazione di forme di turismo esperienziale e dedicato (corsi e laboratori, percorsi per ciclisti, ecc.).

3) Progetti pilota finalizzati alla costruzione di reti di ristorazione di qualità a Km0, con una particolare attenzione al rilancio di produzioni agricole di qualità alla base della dieta mediterranea, organizzati con il modello del franchising per favorire i giovani, soprattutto nei bacini più a rischio di esclusione sociale, attraverso un percorso formativo e di incubazione di impresa fortemente incentrato sulla valorizzazione dei mestieri, della manualità e della cultura rurale territorio.

4) Progetti pilota finalizzati alla promozione di circuiti turistici integrati attraverso la condivisione delle risorse (marchio, strumenti tecnologici, ecc.), la messa a sistema dei diversi attori locali (enti pubblici, associazioni, imprese agricole e di trasformazioni, operatori turistici, strutture alberghiere e ricettive, ecc.) e l'integrazione dei servizi aggiuntivi in grado di arricchire l'offerta del singolo prodotto turistico (percorsi finalizzati alla conoscenza della cultura e delle tradizioni del territorio che comprendono non solo musei, ma anche monumenti, siti archeologici, produzioni artigianali ed enogastronomiche, educational tour, attività didattiche, laboratori, degustazioni, ecc.).

Rafforzare la vitalità e la capacità di adattamento ai cambiamenti strutturali dei sistemi produttivi attraverso:

1) Incentivi ad imprese del comparto vitivinicolo ed agroalimentare e ad enti locali che partecipino a reti di collaborazione finalizzate a: a) promuovere e tutelare specificità agricole locali, istituire consorzi di acquisto di forniture, condividere le spese di infrastrutturazione del territorio (smaltimento rifiuti, opere di bonifica, ecc.); b) creare un marchio comune per le attività di importazione e di esportazione e di promozione dei territori; c) attivare rapporti con università e centri di ricerca per consulenze e sperimentazioni su colture e prodotti o processi produttivi.

2) Interventi diretti ad attrezzare le aree rurali di infrastrutture web (wireless, nuove tecnologie, ecc.) e le infrastrutture di area (viabilità secondaria, piste ciclabili, strade bianche e rurali, linee

ferroviarie turistiche) per incentivarne la conoscenza e lo sviluppo socio-economico.

3) Progetti pilota finalizzati a migliorare la competitività territoriale attraverso la creazione di catene alimentari tra centri urbani e campagna che: a) forniscano cibo locale, riducendo al minimo gli impatti ambientali; b) promuovano abitudini alimentari sane; c) garantiscano un equilibrio tra le esigenze dei consumatori urbani e la fornitura di prodotti alimentari dalle campagne circostanti; d) contribuiscano a preservare i paesaggi agricoli extraurbani; e) rinnovino le relazioni urbano-rurali, promuovendo una crescita economica nelle aree extraurbane.

Sostenere la competitività e la capacità di adattamento delle filiere e dei sistemi territoriali agricoli e della pesca attraverso:

1) Incentivi alla diversificazione del reddito in aree rurali promuovendo la creazione e/o il mantenimento di PMI, imprese agricole, artigiane e di servizi, improntate alla multifunzionalità: vendita diretta, fattorie didattiche, agriturismi, parchi tematici, soggiorni e percorsi guidati per target differenziati (studenti, persone diversamente abili, ciclisti, ecc.), proposte di turismo esperienziale (attività sportive, itinerari di scoperta e valorizzazione delle emergenze naturali del territorio e dei prodotti locali, corsi e laboratori di cucina e artigianato, musei della cultura contadina).

TUTELA DELL'AMBIENTE E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE CULTURALI E AMBIENTALI (*tutela dell'ambiente e promozione dell'uso efficiente delle risorse*)

Incentivare la gestione efficiente del ciclo dei rifiuti e dei servizi idrici attraverso interventi diretti a:

1) Favorire lo sviluppo di attività imprenditoriali legate alla Green Economy e alla sostenibilità ambientale, offrendo criteri definiti alle amministrazioni locali (es. sul risparmio energetico) e agevolazioni fiscali e creditizie alle aziende.

2) Sostenere l'adozione di misure di prevenzione degli sprechi alimentari lungo la catena, dal campo alla tavola, attraverso la promozione di tutti gli strumenti idonei a prevenire il food waste (nella gestione delle filiere agroindustriali, nella grande distribuzione, nei consumi domestici) e a ridurre progressivamente il consumo di risorse e le emissioni nell'ambiente legate alle diverse attività.

3) Rafforzare tutte le misure che possono essere adottate dagli operatori economici per favorire il pieno utilizzo dei prodotti e le iniziative strutturate volte a recuperare, valorizzare e ridistribuire le eccedenze alimentari, nonché agevolare l'individuazione di sbocchi di mercato per i prodotti sicuri e di qualità ma non rispondenti a standard di commercializzazione (piattaforme internet per lo scambio gratuito di alimenti tra privati, produttori e commercianti;

mercati dell'ultimo minuto che prevedono il recupero di beni alimentari rimasti invenduti per le ragioni più varie, ma ancora perfettamente salubri, per la loro successiva distribuzione a persone bisognose, ecc.).

Tutelare e promuovere gli asset naturali e culturali attraverso interventi diretti a:

- 1) Privilegiare l'intervento a rete usufruendo o rafforzando gli strumenti già esistenti (es. promuovendo una legge speciale per il terzo settore che opera nei beni culturali e nell'associazionismo di prodotto) e valorizzando le reti europee della cultura della vite (Iter Vitis, Recevin, ecc.) e della biodiversità a livello europeo.
- 2) Valorizzare con banche dati digitalizzate, seminari e laboratori, il trasferimento delle buone pratiche aventi ad oggetto la gestione del territorio, la sicurezza, l'occupazione, i piani regolatori volti alla tutela del paesaggio, delle colture storiche (vigneti, uliveti, ecc.) e dei saperi tradizionali.
- 3) Sostenere la pianificazione comunale introducendo strumenti come il Piano Regolatore delle Città del Vino, per rendere concreto l'equilibrio tra validità agronomica e qualità paesaggistica anche con il coinvolgimento dei produttori.
- 4) Garantire un rapporto di continuità fra educazione alimentare e al consumo dei giovani, cultura rurale e politiche agricole attraverso laboratori, concorsi di idee, luoghi della memoria (archivio digitale della memoria sociale ed architettonica dei luoghi con raccolte di interviste e documenti, museo del vino, museo della cultura contadina, archivio dei nuovi e antichi mestieri agricoli, centro di documentazione storica locale, ecc.), corsi di formazione e programmi scolastici attenti alle tematiche dell'educazione alimentare e al consumo dei prodotti locali, all'educazione al bere consapevole e al valore culturale del vino italiano, della riduzione degli sprechi.
- 5) Realizzare una mappatura geopedologica regionale dei territori vinicoli che, attraverso un sistema cartografico interattivo, consenta di visualizzare ed accedere in tempo reale a tutti i dati necessari per: a) Supportare la conduzione sostenibile dei fondi agricoli (conoscere il potenziale a lungo termine dei suoli; evitare scelte incongrue come discariche, cave, infrastrutture, localizzazioni commerciali o industriali; pianificare la gestione delle risorse idriche ed energetiche, l'impiego di fitofarmaci, ecc.); b) Avviare la riflessione su come adattare la coltivazione della vite alla attuale crisi climatica (opportunità di impiantare più in alto i nuovi vigneti, necessità di assicurare alle colture un regime idrico costante, ecc.); c) Coadiuvare le scelte tecniche dell'enologo nella valorizzazione del potenziale agricolo di un terreno e nella ottimizzazione delle modalità di conduzione delle vigne e della produzione del vino (adattamento delle pratiche: varietà, portinnesto, manutenzione del suolo, ecc.; valorizzazione e comunicazione della diversità di terroir e vigneti; ecc.).

- 6) Tutelare i vigneti storici, quali patrimonio paesaggistico e di biodiversità, incentivando la conoscenza e la ricerca multidisciplinare, attraverso ad esempio studi di archeologia della vite e del vino, mappatura e valorizzazione degli antichi palmenti, ricerca dei fenotipi caratteristici della vite e dell'olivo di particolari territori al fine di creare un marchio delle specie autoctone, realizzazione di campi sperimentali con il coinvolgimento dei viticoltori e dei produttori locali, allestimento di orti e giardini varietali, creazione di parchi delle cantine e dei palmenti.
- 7) Promuovere il sistema agricolo locale come elemento di identità da preservare e far conoscere attraverso la costruzione di catene alimentari locali e il riconoscimento del loro valore economico, sociale e culturale, sostenendo le imprese vitivinicole e agroalimentari impegnate nella produzione e promozione sul mercato di prodotti tipici e della Dieta Mediterranea.

3.6 Il valore sociale del vino: cultura borghigiana, integrazione, salute, sostenibilità

La stagione dell'individualismo, che ha caratterizzato nel bene e nel male il modello di vita egemone del nostro Paese, è in crisi. Gli Italiani manifestano segni di stanchezza nei confronti di una dinamica socioeconomica e culturale soggettivista che se, da una parte, è stata negli ultimi decenni uno straordinario motore dello sviluppo di massa, dall'altra ha generato una crescente solitudine, diffusione a macchia d'olio di grandi patologie individuali, mancanza di senso del futuro e di trascendenza, estinzione del desiderio e crisi dell'autorità della legge e delle istituzioni a cominciare da quella familiare. Ce lo ha rivelato **il Censis nei suoi ultimi Rapporti**, dove si parla anche di una sempre più condivisa riscoperta dell'"altro", della "relazione" e della "responsabilità", del bisogno di trovare modelli valoriali di riferimento, della voglia di ritrovare il gusto per la qualità della vita e per il "bello" inteso anche come bellezza dei luoghi. Ma poiché difficilmente un'etica eterodiretta, calata dall'alto, può garantire la "rieducazione" dei cittadini a comportamenti virtuosi, è forse utile affrontare la questione etica anche sotto una diversa angolazione: l'idea dell'altruismo o meglio dell'"altruità" come dovere individuale, laico, disgiunto da connotazioni legate all'empatia o dell'amore. In un momento in cui la globalizzazione sottolinea più che mai l'interdipendenza degli uni dagli altri, l'invito a ricostruire dal basso una morale laica del dovere e della responsabilità, a partire dalla dimensione individuale, arriva da scienziati come Amartya Sen, Odile Jacob e Philippe Kourilsky, che ci mettono in guardia contro il neoliberalismo radicale, quando sostiene che sviluppando le ricchezze dei più ricchi anche i poveri ne traggono sempre beneficio, e ci avvertono: a che cosa serve essere liberi di comprare il pane, se non c'è un panettiere che lo fa?

Oggi in tempo di crisi sociale e di valori e negli ultimi (ci si augura) colpi di coda di una gravissima

crisi economica, frutto di “ubriacatura” finanziaria, con la crescente consapevolezza che l’economia di carta non ci darà alcuna garanzia di sviluppo e la convinzione che le risorse della terra rappresentino un patrimonio formidabile per il nostro futuro sostenibile, torniamo a guardare all’agricoltura ed ai prodotti agroindustriali come ad uno dei comparti chiave per ricominciare a crescere e la riflessione sul ruolo delle realtà locali porta ad enfatizzare il **valore delle abbondanze locali**. Delle ricchezze materiali e immateriali che i nostri territori custodiscono in fatto di saperi, tradizioni, cultura, ambiente, paesaggio, storia, beni monumentali e artistici, prodotti tipici ed enogastronomia. Perché **“vivere bene” non significa ricerca del lusso né rincorsa all’eccesso, ma rappresenta un’idea nuova del bello, del buono, del giusto e della natura**. Alla riscoperta di spazi e di aree rurali dimenticati, alla ricerca di prodotti e di vini dal forte contenuto simbolico ed emozionale.

La **cultura borghigiana** che caratterizza da un punto di vista sociologico il nostro Paese fa del convivio un momento cruciale: più della metà degli italiani considera il cibo e la gastronomia ingredienti basilari della propria cultura sociale, per tutti la convivialità è decisiva, la tradizione non solo si trasmette a tavola ma continua ad agire da fattore di socializzazione transgenerazionale. **L’elemento di contiguità non è il territorio, così diverso dal punto di vista climatico e morfologico, né la storia nazionale, così recente, ma va ricercato in quella trama di consuetudini e usanze che compongono l’identità di un luogo** e che sono anche il frutto delle risorse - esperienza, lavoro, fantasia, abilità - con cui una comunità affronta quotidianamente l’abbondanza e la penuria. Nel villaggio globale minacciato dall’omologazione si riscopre invece l’elogio della diversità, dello specifico locale, delle radici, con un nuovo modello di consumo che alcuni sociologi hanno proposto di chiamare «glo-cale». **Le diversità non sono dunque destinate a scomparire ma al contrario ad accentuarsi** perché le identità sono mutevoli nel tempo e molteplici (sono cittadino del mondo, dell’Europa, dell’Italia, della mia regione, della mia città, della mia famiglia...) e ciascuna di esse può avere una sua particolare forma di espressione alimentare che non si contrappone alle altre ma con loro convive. Interculturalità, d’altra parte, non significa solo disponibilità allo scambio tra culture diverse e, nella sua accezione più negativa, un’omologazione al minimo comune denominatore, ma anche e soprattutto conoscenza di altri linguaggi, comprensione del diverso e consapevolezza che le identità - anche quelle alimentari - possono modificarsi nel tempo.

Ma se la cultura enogastronomica locale è il **principale serbatoio di risorse, anche umane, che consentono al sistema produttivo di valorizzare il Made in Italy, il vino è riuscito ad incamerare, forse meglio di altri prodotti, il valore sociale che era in grado di esprimere (forte radicamento culturale, valore simbolico, prodotto tipico e di provenienza specifica, marchio italiano, elevati standard qualitativi, basso impatto ambientale, mantenimento del paesaggio e**

salvaguardia delle tradizioni, prodotto salutare se usato bene, soggetto a rigore nei controlli), evolvendosi negli ultimi 10-15 anni da bene di puro consumo a bene voluttuario, incrementando il proprio valore di mercato ed offrendo un tipico esempio di come il valore sociale dipenda proprio dalla cultura enogastronomica di produttori e consumatori.

Un processo di lunga deriva, strettamente connesso allo sviluppo sociale, culturale ed economico del nostro Paese, che ha visto la lenta trasformazione del settore primario dalla sua architettura arcaica ad un sistema produttivo avanzato, in grado di trattare e trasformare il frutto della terra in prodotti legati alla filiera agroalimentare, **coniugando la cultura delle produzioni tradizionali con l'innovazione qualitativa dei prodotti**. Il continuo lavoro di amalgama tra territorio e sapore è un patrimonio troppo prezioso per essere “sfruttato” senza essere continuamente ri-arricchito e i nuovi costi sociali generati di volta in volta dalla trasformazione dei consumi alimentari e dai nuovi processi produttivi sembrano aver sempre trovato adeguato bilanciamento in uguali o superiori benefici sociali.

3.6.1 Senza le donne non c'è sviluppo

La componente femminile rappresenta un terzo della popolazione agricola attiva europea e le donne sono presenti soprattutto in attività innovative: nell'agriturismo, nelle fattorie didattiche, nel settore biologico, nelle produzioni di nicchia, nell'ortofrutta e nella vitivinicoltura.

Secondo una ricerca svolta nel 2012 da Agriturismo.it, il 39% delle 20.000 aziende agrituristiche italiane aveva alla guida una donna, che spesso apre un'attività a stretto contatto con la natura proprio per sentirsene parte e con piena soddisfazione personale ed economica. L'Associazione Nazionale Le Donne del Vino, che ha compiuto venticinque anni nel 2013, conta attualmente 650 iscritte che rappresentano tutte le categorie della filiera vitivinicola, dal vigneto alla cantina, dalla tavola alla comunicazione. Il mondo del vino, un settore duro che ha bisogno di passione, professionalità e creatività, è stato a lungo precluso alle donne ma sta ora **valorizzando sempre più le capacità femminili nel portare avanti le aziende e nel produrre e promuovere al meglio etichette di qualità**. La presenza femminile cresce tra l'altro in tutto il mondo sia tra le altre professionalità legate al vino (come i sommelier, ad esempio) sia nel pubblico dei consumatori.

Per molte delle operatrici agricole il rapporto con la terra non significa solo dedicarsi alla coltivazione ma anche cercare e fare proprie regole condivise in ambito socio-economico e culturale: l'agricoltura sostenibile, la propensione alla multifunzionalità, la tradizione e la cultura, l'innovazione tecnologica, la ricerca di ritmi di vita e di lavoro in sintonia con l'ambiente, i bisogni alimentari, la tutela del territorio. Ancora oggi però molte donne hanno una titolarità solo formale oppure svolgono le proprie mansioni nell'azienda di famiglia senza avere diritto ad un proprio

status giuridico e la mancanza di un riconoscimento giuridico influenza i livelli retributivi. Valorizzare il ruolo femminile nell'impresa agricola e offrire sostegno alle donne che operano in agricoltura significherebbe valorizzare una grande capacità imprenditoriale, che nasce dalla attitudine femminile ad innovare e a fare proprio il concetto della sostenibilità e della qualità della vita e costituirebbe una preziosa risorsa per lo sviluppo rurale.

3.6.2 *Il vino italiano fa integrazione*

Oltre alla presenza di manager, enologi, ristoratori e vigneron provenienti da altri Paesi, da anni ormai il settore agricolo ed agroalimentare italiano registra una rilevante quota di manodopera immigrata. Soprattutto nelle produzioni enologiche la partecipazione, con funzioni spesso qualificate, dei lavoratori stranieri ed in particolare extracomunitari è significativa. Il loro contributo si è rivelato decisivo nello sviluppo delle denominazioni di qualità e la valorizzazione dei territori del vino è stata possibile anche grazie alla straordinaria capacità di inclusione delle comunità straniere che l'industria vinicola e più in generale quella agroalimentare, di solito strettamente connesse al territorio, hanno promosso e garantito. A queste persone provenienti da tutti i continenti, che hanno deciso di trasferire qui le proprie vite, i propri affetti, i propri costumi e le proprie abitudini, e che contribuiscono a compensare il tasso di invecchiamento degli imprenditori agricoli ed arrestare il processo di spopolamento delle aree rurali, dobbiamo **“restituire” cittadinanza e senso di appartenenza attraverso gli interventi di formazione per qualificare maggiormente la mano d'opera, la regolarizzazione dei rapporti di lavoro, la sicurezza sul lavoro, l'estensione delle agevolazioni introdotte per l'acquisto e l'affitto della prima casa, i contributi per il recupero di edifici e centri storici in stato di abbandono.** Non è solo una questione etica, ma anche pratica.

Un **approfondimento curato dall'Associazione nazionale delle Città del Vino in occasione della 45 Edizione di Vinitaly (2008)**, ha raccolto le testimonianze relative ad alcune realtà del vino particolarmente significative - *Barbaresco (Cn), Guarene (Cn), Erbusco (Bs), Mezzocorona (Tr), Casarsa della Delizia (Pd), Cormons (Go), Valdobbiadene (Tv), Castelvetro di Modena (Mo), Sant'Arcangelo di Romagna (Rn), Suvereto (Li), Castelnuovo in Berardenga (Si), Montalcino (Si), Montefalco (Pg), San Martino sulla Marrucina (Ch), Castiglione di Sicilia (Ct), Menfi (Ag) e Alghero (Ss)* - evidenziando come il melting pot nei territori del vino italiani rappresenti una realtà concreta che funziona e che, più in generale, sono probabilmente le comunità di piccole e medie dimensioni a vantare una più riuscita integrazione tra italiani e cittadini in arrivo dal resto del mondo. La capitale del Brunello, in particolare, si è rivelata un piccolo crogiolo razziale con persone provenienti da 44 diversi Paesi, in una comunità di poco più di 5.000 abitanti. Le

informazioni rilevate hanno messo a fuoco un buon inserimento lavorativo e sociale degli stranieri, che spesso sfiorano il 10% della popolazione totale dei Comuni analizzati. Tra i Paesi di provenienza spiccano Romania, Moldova, Albania, Marocco, Ghana. La maggior parte degli uomini è impiegata nel settore agricolo e nell'edilizia e solo in terza battuta nel commercio, mentre le donne sono perlopiù impegnate nei servizi alla persona. Non mancano piccole imprese edili o artigiane; in alcuni casi è una coppia a gestire in proprio locali ed esercizi pubblici (negozi, bar, alimentari, ristoranti, affittacamere). Qui le amministrazioni locali sono intervenute attivamente organizzando corsi di lingua italiana, incontri di formazione e informazione su tematiche di interesse comune, luoghi (spazi affidati alle associazioni interculturali) e momenti di aggregazione (cerimonie religiose, incontri, feste enogastronomiche). Una grande risorsa è la scuola, dove la giovane età dei rappresentanti delle diverse nazionalità ha contribuito al successo delle iniziative organizzate per facilitare il processo di integrazione di genitori e figli.

Una conferma di questa rapida fotografia viene dagli **indici di integrazione elaborati dal CNEL nel 2010**, basati su una serie di indicatori statistici che mirano a conoscere la condizione della popolazione immigrata sia in rapporto ad alcuni ambiti fondamentali di welfare (la casa, la scuola) sia in relazione a significativi processi di radicamento stabile nel tessuto sociale di accoglienza (la naturalizzazione, l'iniziativa nel costituire - o ricostituire - una famiglia e, con correlazione inversa, il coinvolgimento relativo nella devianza). Scorrendo i valori dell'indice a livello regionale e provinciale, nei primi posti delle due classifiche troviamo numerosi territori in cui l'impatto della filiera agricola ed agroalimentare è particolarmente alto. Seppure non sia possibile costruire un rapporto di causa ed effetto, appare assai verosimile che per le ragioni sopra mostrate nei territori ad alta intensità agricola ed alta presenza di produzioni agroalimentari il livello di integrazione sia molto rilevante. E le province delle Città del Vino intervistate risultano avere nella quasi totalità dei casi un indice di integrazione rientrante nella fascia medio-alta della valutazione del Cnel.

Una fotografia tutta in rosa, allora? Non esattamente, perché le aziende vinicole, soprattutto quelle proiettate sui mercati di mezzo mondo, sono costantemente alla ricerca di personale qualificato, mentre le cifre sopra riportate sottolineano come i **cittadini extracomunitari colmino prioritariamente vuoti in tipologie di attività di estremo impegno fisico e a modesta remunerazione**. E' evidente però che se il lavoro più prezioso è quello che si svolge nelle vigne e la produzione ha bisogno di ricorrere alla manodopera straniera in aggiunta a quella locale, altrettanto evidente è che i territori dell'eccellenza ispirano buone pratiche di integrazione sociale.

Anche per il vino, come in molti ambiti, **l'apporto di culture "altre" è una risorsa per la valorizzazione della nostra**. Da anni le politiche di sviluppo rurale comunitarie e nazionali hanno come obiettivo il ricambio generazionale e la lotta allo spopolamento dei territori rurali. Vari sono gli strumenti applicati: dall'aiuto all'insediamento alle politiche per la formazione e l'animazione

delle comunità locali. Se pur con un effetto contenuto, tali politiche hanno in parte contribuito alla vivacità settoriale ma per loro natura non hanno mai agito sui lavoratori stranieri fissi o stagionali. Data l'importanza del fenomeno migratorio, sarebbe invece auspicabile applicare misure tese ad incentivare, o a premiare, comportamenti virtuosi di inserimento lavorativo e sociale degli immigrati e politiche sociali finalizzate a garantire standard accettabili di vita per questa forza lavoro. In tale contesto, di allentamento per così dire naturale della forza lavoro italiana dall'agricoltura, il ruolo giocato dalla manodopera extracomunitaria, accresciutosi in termini di peso percentuale rispetto all'occupazione agricola complessiva **non appare competitivo bensì surrogativo alla assenza di lavoratori "autoctoni"** in quantità sufficiente.

Gli alti livelli di specializzazione e il particolare rapporto con il territorio e con gli altri settori socio-economici fanno sì che nella vitivinicoltura più che in altri comparti si ponga il problema **dell'invecchiamento dei conduttori agricoli e di conseguenza del trasferimento generazionale dei "saperi"**. E' chiaro allora che gli immigrati potranno essere una vera risorsa per il nostro Paese solo se saranno effettivamente integrati e "partecipi" del sistema in cui vivono e lavorano. E se sono una risorsa, lo devono essere soprattutto nel senso di arrecare nuove energie al nostro sistema socio-economico. Ne deriva la necessità di trasferire anche a loro le competenze che sono alla base dei risultati attuali e che saranno indispensabili anche per il futuro sviluppo del settore vitivinicolo.

3.6.3 Educazione al consumo

L'Unione Europea è la regione con il maggior numero di consumatori di bevande alcoliche e il più alto tasso di consumo al mondo. **L'Italia è il Paese con il numero più basso di bicchieri assunti in una giornata e la più alta percentuale di astemi**, ma i dati relativi all'ultimo decennio se da una parte evidenziano l'aumento della platea dei consumatori moderati, dall'altra lanciano l'**allarme per alcuni eccessi**. Il consumo a rischio (inteso come un livello di consumo o una modalità del bere che può essere causa di rischio per la salute a seguito del persistere di tali abitudini) - stimato in Europa pari al 15% dei consumatori - e il binge drinking (il bere per ubriacarsi, o consumo eccessivo episodico inteso come l'ingestione di almeno 6 unità di alcol in un'unica occasione) sono giunti a caratterizzarsi, anche nel nostro Paese, come un fenomeno rapidamente diffuso a fasce sempre più ampie di popolazione e non più relegato alle fasce giovanili. Parallelamente la mortalità per incidente stradale è, purtroppo, uno dei più importanti indicatori di danno indirettamente correlato all'alcol ed è anche la prima causa di morte tra i giovani europei fino ai 24 anni di età.

Nell'agosto 2011 l'Associazione nazionale Città del Vino ha inviato ai suoi associati in un veloce questionario per conoscerne il grado di sicurezza e sensibilità su questo argomento. Le risposte dei Comuni che hanno partecipato al sondaggio hanno rivelato un grado tutto sommato soddisfacente di attenzione all'applicazione della legge, alle tematiche dei comportamenti a rischio ed all'importanza del bere consapevole, da parte degli enti locali, delle scuole e, anche se in misura minore, dei titolari degli esercizi commerciali coinvolti. Sul livello di impegno in materia di controllo e prevenzione da parte delle amministrazioni locali ha, inoltre, senza dubbio influito la progressiva erosione delle risorse destinate agli Enti locali. E se l'aumento della consapevolezza della pericolosità dell'alcol alla guida è stato senza dubbio "aiutato" dall'inasprimento dei controlli e delle pene, è d'altra parte evidente, proprio con particolare attenzione alla prevenzione dei comportamenti a rischio riconducibili all'abuso di bevande alcoliche, **l'importanza della divulgazione, soprattutto tra i più giovani, degli strumenti atti a costruire un'educazione ad un corretto consumo alimentare ed al bere moderato e consapevole.** Anche per restituire al vino in tutta la sua pienezza quel valore sociale, dato dal patrimonio culturale cui fa riferimento, la cui erosione rischia di incidere negativamente sia sullo sviluppo economico del settore agroalimentare sia sullo sviluppo di consumi corretti.

La **tradizione della cucina mediterranea ha, infatti, fornito finora un modello di consumo consapevole di vino** e altre bevande alcoliche strettamente legato alla dimensione enogastronomica tradizionale: **bere e mangiare bene sono nel modello culturale italiano due elementi strettamente interconnessi, che in qualche modo hanno finora fortemente arginato abusi e dipendenze.** Ma se il patrimonio culturale cui fanno riferimento le nostre abitudini alimentari viene dissipato o mal sfruttato, questo finirà per incidere negativamente sullo sviluppo di consumi corretti, contribuendo al contrario a generare comportamenti sociali a rischio (obesità, eccessivo consumo di alcol, ecc.). Rientra allora nella missione di chi ha a cuore il "buon governo" dei territori anche la **divulgazione, soprattutto tra i più giovani, degli strumenti atti a costruire un'educazione ad un corretto consumo alimentare ed al bere moderato e consapevole,** con particolare attenzione alla responsabilità civile, alla adozione di stili di vita adeguati ad una nutrizione sana ed equilibrata, alla conoscenza dei prodotti locali e a Km0 come alternativa alla omologazione dei sapori e come salvaguardia della biodiversità, alla conoscenza delle abitudini e degli stili alimentari di altri Paesi e contemporaneamente al recupero delle tradizioni culturali legate al cibo, della memoria storica e del senso di appartenenza al territorio in si vive.

Una considerazione a parte merita il **rapporto tra vino e salute,** da sempre indagato e valorizzato dall'Associazione: a partire dalle iniziative condivise con l'**Associazione "Vino & Salute"** fino al **Convegno su "Vino e salute: dal french paradoxe al consumo moderato e consapevole"** organizzato nel 2014 a Benevento per parlare di Dieta mediterranea, degli effetti benefici del vino

rosso sull'apparato gastroenterico, dell'educazione al cibo nella scuola primaria e dell'importanza di una comunicazione al servizio di una sana alimentazione.

Ultimo, ma non per importanza, il richiamo **alla tutela dell'ambiente e alla riduzione degli sprechi**, due “comandamenti” ormai imprescindibili per la sopravvivenza del pianeta Terra e che impongono di non sprecare né i beni materiali - cibo, acqua, oggetti, soldi, risorse naturali - né quelli immateriali: la salute, il corpo, il tempo, il talento, la vita.

CAP. 4 CONCLUSIONI

In questo momento di crisi generale, che investe i consumi ma anche l'etica politica, le **pubbliche amministrazioni e le imprese hanno difficoltà a sviluppare le loro iniziative**. Si tratta di difficoltà oggettive, dettate dall'andamento delle economie nazionali e internazionali, ma anche di difficoltà indotte da insufficienti politiche da parte dei governi che nel corso degli anni si sono succeduti alla guida del Paese. Le amministrazioni locali sono sempre più in balia di loro stesse, esautorate, sminuite nelle funzioni e minacciate da razionalizzazioni mosse da mal interpretate ragioni di opportunità di razionalizzazione delle risorse. Obiettivi necessari, ma non sempre perseguiti con i giusti strumenti, come ad esempio le forzate unioni dei Comuni che, più o meno ciclicamente, vengono proposte in forma obbligatoria, mentre è auspicabile che fusioni e accorpamenti avvengano dal basso, condivisi dalle popolazioni, e rispettino reali esigenze di miglioramento dei servizi.

E' ormai chiaro, d'altra parte, che **turismo e agroalimentare sono per l'Italia il binomio vincente da cui far ripartire lo sviluppo** e contrastare il rischio di una secessione di fatto del Mezzogiorno (oggi nell'Inner London, la regione più ricca d'Europa, il Pil per abitante supera 6 volte quello di un calabrese). Il **Rapporto ISMEA SVIMEZ sull'agricoltura del Mezzogiorno individua sia nei segnali positivi della ripartenza del Sud grazie al settore primario** - l'incremento del valore aggiunto agricolo (+7,3% contro il +1,6% del Centro Nord), la forte spinta dell'export (+15,5% dei prodotti agricoli meridionali contro il +9,6% del Centro Nord e + 7,6% di quelli alimentari del Sud contro il +6,3% Centro Nord), la ripresa degli investimenti e degli impieghi bancari, il deciso protagonismo dei giovani (aumento delle immatricolazioni alle Facoltà di Agraria, degli occupati tra i 15 e i 34 anni e delle imprese a conduzione under 35) - **sia in alcune delle criticità delle regioni meridionali** - che persistono ad esempio nell'ambito della multifunzionalità e della valorizzazione delle diverse filiere agroalimentari - lo spazio per enormi margini di crescita in considerazione appunto delle **grandi potenzialità ancora inespresse**, a partire proprio dallo **sviluppo della qualità certificata e della diversificazione (energie rinnovabili, agriturismo, agricoltura sociale, sistemazione di parchi e giardini, ecc.)**.

Come d'altra parte evidenziato dalla ricerca realizzata dal **Censis per il Padiglione Italia di Expo 2015** (*"Il futuro dei territori. Idee per un nuovo manifesto per lo sviluppo locale"*), **vincono i territori che si fanno riconoscibili** e incarnano la good reputation del Made in Italy per il mondo, intercettando la domanda globale di tracciabilità e autenticità: tra i primi 30 sistemi locali del lavoro per tasso di occupazione, ben 13 hanno una specializzazione produttiva legata al turismo (da Bressanone a Vipiteno e Ortisei, in provincia di Bolzano, a Bormio, in provincia di Sondrio) e 5

sono a vocazione agroalimentare (da Brunico ed Egna, a Bolzano, a Borgo San Lorenzo - Fi e Alba - Cn). Sono esperienze che indicano come **la filiera del cibo - dalla produzione alla distribuzione e al consumo - sia un formidabile moltiplicatore di opportunità** grazie al quale agroindustria, ristorazione, turismi diventano le componenti di nuove ibridazioni tra i patrimoni enogastronomici, culturali, paesaggistici e storici dei territori. I vini e i prodotti con la certificazione di origine continuano, dunque, ad essere una risorsa che collega le radici dei territori alle tradizioni e sulla quale investire sia per sviluppare tutte quelle attività che permettano una migliore qualità della vita sul territorio per i consumatori e gli abitanti, in modo da invogliare sempre più persone a vivere nelle Città del Vino, sia per trasformare in destinazione turistica, organizzata per servizi e capacità di accoglienza, un numero sempre maggiore di territori rurali.

Un'ulteriore testimonianza in tal senso viene indirettamente anche dalla continua crescita dal punto di vista economico del “**sistema montagna**”, il cui valore aggiunto nelle stime attuali viene calcolato in circa 203 miliardi di euro, ossia il 16,7% del totale nazionale, con un valore aggiunto pro-capite di poco inferiore alla media del Paese. Era circa 165 miliardi di euro su base dati 1999, con un incremento - tra 1999 e il 2003 - maggiore della media nazionale (10,5% contro il 6,5% della media del Paese). Ciò significa, come sottolineava il **41° Rapporto Censis**, che quando il sistema Italia nel suo complesso cresce in maniera robusta in termini di nuovi beni e servizi messi a disposizione della comunità, il sottosistema dei territori montani fatica a tenere il passo. Quando invece il sistema Italia rallenta drasticamente, come è accaduto appunto tra il 1999 e il 2003, la montagna rallenta di meno e riduce lo svantaggio. Le diverse tipologie dei Comuni montani comprendono centri di eccellenza turistica, zone agricole ed anche aree di specializzazione produttiva e industriale: una quota non secondaria dei Comuni italiani sul cui territorio si localizza uno dei 156 distretti industriali - che interessano complessivamente 2.215 Comuni, ospitano circa 13 milioni di persone e danno lavoro a quasi 5 milioni di addetti - sono Comuni classificati come montani: si tratta nel complesso di 870 enti locali, corrispondenti al 20,7% dei **Comuni montani italiani, tra i quali si trovano una cinquantina circa di Città del Vino**. Il recente studio di **Censis e Trentino School of Management**, già citato nel Cap. 2, ribadisce che la montagna italiana ha dimensioni consistenti (il 54,3% della superficie nazionale, con circa 11 milioni di abitanti, ovvero il 17,9% della popolazione complessiva), non subisce più a livello aggregato l'impoverimento demografico dei decenni scorsi (tra il 2004 e il 2014 la popolazione montana è cresciuta dell'1,3%) e possiede un capitale umano di livello non inferiore a quello medio del Paese. L'indice di vecchiaia è più elevato della media, ma la quota di persone con basso livello di istruzione è paragonabile alla media, i laureati nei Comuni totalmente montani sono l'8,3% contro il 10,8% delle aree di pianura e il tasso di imprenditorialità è addirittura più elevato nei Comuni totalmente montani che in quelli non montani (86,7 imprese ogni 1.000 abitanti contro 84,7).

Come peraltro abbiamo accennato nel Cap. 3, **la crescente domanda di momenti di turismo “esperenziale” da parte dei consumatori più evoluti**, la cui motivazione di viaggio è passata da “semplice leisure” a vera e propria esperienza di vita e di conoscenza del territorio, influisce sulla necessità di forme e strumenti più avanzati per l'erogazione di informazioni e servizi. L'universo enogastronomico è da tempo rappresentato sul web nelle sue diverse dimensioni: molti sono i siti dedicati alla promozione dei territori e delle loro tipicità, centinaia sono i portali di e-commerce in Italia e all'estero che vendono prodotti agroalimentari della penisola, numerose sono le riviste online specializzate sul tema e i blog dedicati all'alimentazione e al gusto della tavola. Ma il processo di globalizzazione evolve con lo sviluppo della rete tanto che si parla ormai di **“Turismo 4.0”**, **sostenuto da nuovi software basati sullo sviluppo di comunità che permettono un altissimo livello di interazione tra gli utenti, di sistemi dinamici** e di applicazioni in cui il valore non è più solo rappresentato dal contenuto delle pagine ma in particolar modo dall'abilità di attrarre e far incontrare masse di utenti all'interno di un'esperienza comunicativa bidirezionale, globale ed istantanea.

Un altro segmento dell'offerta turistica dove è ancora molto ampio il margine entro il quale operare per raggiungere i livelli spesso altamente competitivi di Paesi europei quali Francia, Regno Unito, Germania, Spagna, Croazia, Svezia o Danimarca, è infine quello del **turismo in libertà** di cui abbiamo parlato nel Cap. 2. I punti di attrazione sui quali molti territori del vino potrebbero focalizzare il loro intervento per meglio sfruttare tutte le potenzialità offerte dal turismo in libertà - un turismo peraltro **particolarmente caratterizzato da flessibilità, adattabilità e sostenibilità ambientale** - vanno dalla **creazione e gestione di aree di sosta multifunzionali, all'implementazione di parcheggi dei veicoli all'interno di realtà aziendali e agriturismi** (vedi i punti AgriPleinAir) fino al **rafforzamento di un marketing territoriale** che permetta ai viaggiatori “open air” di entrare in contatto diretto con la cultura e le tradizioni locali e le peculiarità del territorio.

E' evidente insomma quanto, per affrontare tutte queste sfide e sfruttare tutte queste potenzialità, siano importanti da una parte il **metodo del confronto aperto e costante** per incrementare e rafforzare le attività progettuali, di richiesta di finanziamenti e di soddisfacente impiego dei fondi e, dall'altra, il **rafforzamento delle reti**, dell'associazionismo di prodotto e del tipico, della centralità della governance territoriale.

4.1 Nelle Città del Vino si vive meglio?

I Comuni italiani (soprattutto quelli di piccole e medie dimensioni) e i loro territori sono ricchi di eccellenze enogastronomiche, molti di essi sono luoghi simbolo per la biodiversità, per le

caratteristiche ambientali e per i loro passaggi: sono luoghi nella maggioranza dei quali si esprime **un'alta qualità dell'offerta enoturistica, arricchita dalla cultura locale e dal patrimonio naturale, artistico e monumentale**. Sono Comuni dove spesso, nonostante la difficoltà dei bilanci, la qualità dei servizi offerti ai cittadini è di buon livello. Sono luoghi dove l'ambiente sociale è più ricco e capace di alimentarsi di tradizioni e storie condivise e dove il tessuto sociale regge meglio che nelle grandi città. Dove, in buona sostanza, si vive o si potrebbe vivere più volentieri.

E' tuttavia difficile stabilire se queste considerazioni **siano a maggior ragione valide nei territori vocati alla vitivinicoltura, se insomma anche nelle Città del Vino si viva più o meno bene che nel resto del Paese**. Ovviamente ogni luogo è legato alle caratteristiche del territorio e sicuramente le differenze in termini socioeconomici tra nord e sud dell'Italia condizionano ogni valutazione. Ma quel che è certo è che rispetto alla media dei Comuni italiani mostrano alcune interessanti specificità, come testimoniano i dati illustrati nel Cap. 2 che si propone di tracciare una carta di identità delle CdV.

Il primo elemento di un certo interesse è quello relativo alla **composizione demografica**. Sebbene il profilo medio delle Città del Vino sia in linea con il resto dei Comuni italiani, il dato interessante è quello relativo ai centri più piccoli dove la presenza di giovani è significativa. Grandi metropoli e piccoli borghi, ma soprattutto amministrazioni tra i 2mila e i 10mila abitanti, accomunati dalla presenza di una forte comunità impegnata nella produzione di vino.

Il secondo elemento di interesse è il **peso** delle 407 Città del Vino (dove risiede l'11% della popolazione italiana) - un peso cresciuto nel tempo anche in relazione al fatto che sono entrati nella rete realtà di medie e grandi dimensioni - e la presenza appunto delle giovani generazioni, che non si discosta troppo dalla (seppure patologicamente bassa) media nazionale.

Il terzo elemento di interesse è la **dotazione di capitale umano qualificato**: anche nei borghi più piccoli la percentuale dei diplomati sulla popolazione in età da lavoro è significativamente allineata alla media nazionale, mentre nelle realtà medio-grandi quella dei laureati addirittura la supera, a conferma che dove le produzioni vinicole rappresentano la principale attività produttiva aumenta la concentrazione di qualificazione.

Il quarto elemento di interesse è costituito dal **lavoro**. Soprattutto nelle medie Città del Vino e nei borghi la quota della popolazione sopra i 15 anni che lavora è in linea con il resto del Paese, mentre la disoccupazione è nettamente minore della media nazionale. In altre parole proprio nelle realtà di dimensioni minori, dove la produzione vinicola rappresenta il fulcro delle attività, la partecipazione

al lavoro è maggiore, dato confermato anche dalla quota di popolazione in età da lavoro che percepisce redditi da lavoro o da capitale.

Il quinto elemento di interesse ruota intorno a due aspetti diversi ma complementari dell'**impiego del suolo**:

- nonostante la percentuale di superficie vitata sul totale di quella agricola utilizzata sia nelle CdV tre volte maggiore rispetto agli altri Comuni, confermando il ruolo centrale assunto dai nostri associati nel complesso dell'economia e della geografia del vino, tuttavia anche per i territori che ricadono nelle Città del Vino c'è da registrare l'allarme per il **preoccupante fenomeno della progressiva riduzione delle superfici vitate in tutto il pianeta**, denunciato negli ultimi anni da numerose ricerche internazionali. Il censimento mondiale delle varietà di uva da vino condotto su 44 Paesi dall'Università di Adelaide (Australia) nel 2014 ha rilevato come la riduzione della superficie vitata mondiale sia scesa in un ventennio di 700mila ettari: 410mila tra il 1990 e il 2000, altri 280mila nel decennio successivo. Un'indagine della UIV del 2013 conferma la perdita in Italia - soprattutto in Sicilia, Piemonte, Emilia Romagna e Sardegna - di 9000 ettari rispetto al 2011 (nonostante il regime di estirpazione con premio dei vigneti fosse all'epoca terminato da due anni) "restringendo" così la superficie coltivata a vite a 655mila ettari. Un fenomeno che **contribuisce all'erosione di un patrimonio difficilmente recuperabile**, traducendosi in abbandono del territorio, pericolo in termini di stabilità idrogeologica, perdita di tradizione e cultura legate alla viticoltura, e quindi anche "intaccando" il fascino che il nostro Paese può rappresentare per il turismo enogastronomico e naturalistico che negli ultimi anni ha dato forte impulso a molte delle nostre economie locali.
- per quanto riguarda l'attualissimo e complesso problema del **consumo del suolo**, l'analisi dei dati ISPRA rileva che **nelle realtà vitivinicole tra il 2012 e il 2015 il fenomeno è cresciuto meno** che nel resto del nostro Paese. Purtroppo però, se mediamente nelle CdV i territori sono stati coperti da nuove costruzioni in misura minore rispetto agli altri Comuni confrontabili per fascia altimetrica (considerando cioè solo quelli non montani), **il consumo di suolo procapite nelle Città del Vino (escludendo le due metropoli di Roma e Palermo) supera quello degli altri Comuni**. Ne consegue, tra l'altro, che il costo annuale che dovremo pagare nei prossimi anni a causa della **perdita dei Servizi Ecosistemici** (approvvigionamento idrico, purificazione dell'aria, riciclo naturale dei rifiuti, formazione del suolo, impollinazione e molti altri meccanismi regolatori naturali) è maggiore per un ettaro di suolo consumato all'interno dei comuni CdV (circa 50.000 €/anno per ogni ettaro) che all'esterno (46.000 €/anno), a dimostrazione del valore di tali servizi nei territori che ricadono nelle amministrazioni delle Città del Vino.

Il sesto elemento di interesse è, infine, relativo alla **capacità ricettiva**, dalla quale sembrano emergere gli elementi di maggior vitalismo delle Città del Vino. Nel corso degli ultimi 20 anni l'offerta di esercizi ricettivi nelle CdV è infatti cresciuta in modo significativo, assumendo nell'ultimo decennio una dinamica sostanzialmente esponenziale. Evidentemente le **strategie di promozione del territorio promosse dalle Città del Vino**, a cui sono legati ovviamente sia la domanda che l'offerta di ricettività, hanno avuto successo ed oggi la rete può contare su un'offerta capillare decisamente consistente proprio per rispondere alle esigenze territoriali della domanda.

4.2 Sette nodi da sciogliere per affrontare il prossimo futuro

L'Assemblea delle Città del Vino tenutasi a Valdobbadiene il 13 novembre 2016 è stata l'occasione per avviare un dibattito su sei macroargomenti (*Pianificazione urbana e rurale, Fusione dei piccoli Comuni, Ruolo delle reti e delle associazioni, Cultura della vite e del vino, Marketing territoriale, Ricerca e Formazione*), sui quali l'Associazione invita i suoi Sindaci a continuare a riflettere per focalizzare gli strumenti e le strategie più efficaci per un rilancio del protagonismo dei Comuni e del ruolo delle Città del Vino.

Tuttavia, prima di entrare nella specifica descrizione dei temi indicati, occorre **introdurre una riflessione che dovrebbe essere alla base delle altre perché riguarda il patrimonio informativo necessario ad affrontare in modo efficace ed ordinato gli argomenti indicati** che, come si vedrà, implicano tutti un uso massiccio di dati:

- la *pianificazione urbana e rurale* comporta l'accesso a diverse informazioni sulle caratteristiche morfologiche del territorio in cui sono radicate le Città del Vino al fine di poter valutare le specificità del territorio rispetto a fabbisogni ed esigenze strutturali dei Comuni;
- il *processo di fusione ed integrazione dei piccoli Comuni* va governato, il che vuol dire poter valutare anche il brand di ciascun Comune, inteso come patrimonio storico, ambientale e culturale che quella particolare Città del Vino rappresenta indipendentemente dalla dimensione demografica. Per controllare il processo è, quindi, necessario disporre di informazioni sui flussi turistici (potenziali) e sulla dotazione (potenziale) di immobili per l'accoglienza e l'offerta culturale;
- per disegnare, valutare e valorizzare opportunamente *il ruolo delle reti e delle associazioni* occorre conoscere le caratteristiche strutturali e le potenzialità socioeconomiche dei Comuni ad esse appartenenti, alcuni dei quali presenti in più network o circuiti. Ciò significa accedere ai dati sulla capacità ricettiva, sulla ricchezza delle produzioni, sull'articolazione degli insediamenti agricoli e produttivi, sui fattori di consumo del suolo (per tipi di

- produzione) e sulla quota di superfici agricole utilizzata;
- analoga riflessione vale per la valorizzazione della dimensione attinente la *cultura della vite e del vino*, sulle cui caratteristiche è possibile ricostruire un set di informazioni e dati che può permettere di rappresentare anche in modo georeferenziato l'offerta culturale di ciascun Comune appartenente alle reti ed alle associazioni di identità;
 - il *marketing territoriale* può essere sviluppato solo dopo che la mappa delle Città del Vino venga ricomposta sulla base delle informazioni di cui si è accennato nei punti precedenti. Un sistema informativo delle CdV (ma lo stesso ragionamento potrebbe essere sviluppato per le altre reti ed associazioni) è essenziale per lo sviluppo di un sistema evoluto di comunicazione, uno strumento che risulti contemporaneamente di governance e di promozione delle caratteristiche sociodemografiche ed economiche dei territori;
 - *ricerca e formazione* potrebbero, infine, trarre enorme beneficio dalla costruzione di sistemi informativi evoluti che consentirebbero non solo di realizzare approfondimenti su temi specialistici, ma anche di individuare fabbisogni particolari legati alle specificità produttive e agli antichi mestieri oggi potenzialmente rivalutabili grazie alle nuove tecnologie interattive.

Il primo nodo da sciogliere è, dunque, quello della **valorizzazione delle informazioni esistenti sulle caratteristiche delle Città del Vino** (se ne è dato un brevissimo saggio con quella che abbiamo chiamato la “carta di identità” delle CdV) attraverso la **costruzione di un sistema informativo e l'aggiornamento sistematico dei dati**, che nell'ultima parte delle Conclusioni verrà tradotta in ipotesi di lavoro operativa affinché la più antica e maggiore delle associazioni di identità si doti di uno strumento fondamentale per accompagnare le proposte e i servizi che si intendono sviluppare nel prossimo futuro.

4.2.1 Pianificazione urbana e rurale

“*Project to protect*” recita un aforisma inglese spesso citato da pianificatori e difensori del paesaggio, “*Riduci, Riutilizza, Ricicla*” è il motto della città cinese Tianjin all'avanguardia per gli standard ecologici, “*Consumare meno per consumare meglio*” è la lezione a 360 gradi che abbiamo appreso dalla crisi economica e imparato a mettere in pratica orientando le nostre scelte sempre più verso la qualità e non la quantità. La Pianificazione delle aree rurali e urbane - che attualmente, salvo l'approvazione della legge per limitare il consumo sul suolo e salvo la "supremazia" dello Stato per le opere di pubblica utilità introdotta dalla riforma costituzionale, è ancora materia comunale - è un terreno fondamentale per promuovere localmente, con l'impegno dei Comuni e il coinvolgimento di associazioni e privati, uno **sviluppo del territorio che parta da una rilettura**

delle vocazioni autentiche e da uno “statuto dei luoghi”, ma che soprattutto sia improntato ad un concetto di “sostenibilità integrata”: innovazione, qualità ed etica che vanno ad influire sulle attività piccole e grandi, sulle politiche locali e sulle scelte individuali, sulle prassi urbanistiche e sui comportamenti quotidiani, **generando un enorme valore socioeconomico**. Proprio per accompagnare i Sindaci in questo percorso, l'Associazione ha da tempo elaborato uno strumento prezioso come il Piano Regolatore delle Città del Vino, che **disciplina e regola l'urbanizzazione e l'uso del suolo declinandolo con i temi cari alla sostenibilità** (gestione endogena delle risorse locali, biodiversità, paesaggio, mobilità dolce, salute e qualità della vita, occupazione, rapporti sociali). Ma il PRG deve essere uno strumento in continua evoluzione, per meglio esprimere la sua valenza in rapporto ai nuovi scenari. Altrettanto preziosi sono, quindi, i contributi che le amministrazioni locali possono dare al nostro lavoro di **aggiornamento che, nell'attuale fase di studio, sta introducendo elementi come accessibilità, cambiamenti climatici e Urban Food Planning**, cioè la pianificazione economica del cibo al livello urbano inteso come area vasta e non come singolo Comune. Un altro punto cruciale che, infine, **merita attenzione è quello dell'erosione del suolo vitato**, sul quale le Città del Vino potrebbero intervenire sollecitando le istituzioni a porre in atto politiche che possano incentivare il ritorno in vigneto dei giovani, le ristrutturazioni dei vigneti e la semplificazione delle procedure burocratiche che spesso gravano sulle aziende interessate a investire nella viticoltura.

4.2.2 Fusione dei piccoli Comuni

Altro tema è quello del paventato obbligo dell'accorpamento dei piccoli Comuni sotto i 5mila abitanti. Le **fusioni “obbligatorie” non approfondiscono il nesso tra comunità**, le tante identità e la qualità della vita e dell'ambiente. Rischiano al contrario di **creare confusione ed effetti collaterali, ad esempio sul sistema delle denominazioni d'origine** e con riflessi negativi anche sull'enoturismo, la produzione, l'etichettatura, la promozione e la buona tenuta dei territori rurali. Un problema che vale a maggior ragione per i territori “minori” che registrano punte di eccellenza agricola e vinicola e di turismo enogastronomico. Un conto sono le funzioni amministrative, un altro la **rappresentanza degli interessi e del valore** che le amministrazioni locali hanno in dote per storia, tradizioni, patrimonio e usi. Ci possono essere ruoli, competenze e risorse che permettano ai Comuni di salvare le proprie identità, promuovendo **strutture snelle di associazionismo e coordinamento** per una maggiore omogeneità ed efficienza dei servizi pubblici o per politiche di area coerenti. Occorre incentivare questa via, invece di sprecare denaro pubblico per finanziare processi di fusioni che implicano la cancellazione dei Comuni.

4.2.3 Ruolo delle reti e delle associazioni

Difendere le autonomie locali, come recita l'articolo 5 della Costituzione, non vuol dire fare da soli. Le reti territoriali in grado di integrare le strategie di amministrazioni locali, imprese e società civile, e tra queste quelle sostenute dall'**associazionismo di prodotto e del tipico, rappresentano una importante risorsa organizzativa per l'adozione di politiche integrate su diverse materie:** monitoraggio della cosa amministrata, corretto governo dei territori, rigenerazione degli insediamenti urbani, tutela e valorizzazione dei beni comuni. Ma davanti al protrarsi del complesso processo di riordino degli enti locali e di definizione di una strategia nazionale per le aree interne, gli stessi Comuni sembrano manifestare **una certa “stanchezza” sui temi del “fare sistema” e del “mettersi in rete”**, che pure (soprattutto sulle specifiche filiere dell'agroalimentare e del turismo) potrebbero essere strumenti eccezionali per la realizzazione di strategie e politiche di sviluppo locale sostenibili e di qualità. La rete dei Comuni italiani costituisce invece - ma potrebbe esserlo ancora di più - un **prezioso “serbatoio” di partecipazione democratica, di volontariato civico, di impegno per la propria comunità**, per il sostegno allo sviluppo, per la sostenibilità ambientale, per la gestione e la tutela del territorio e del paesaggio. Il lavoro, spesso quasi volontario, di migliaia di sindaci rappresenta - per il rapporto quotidiano e diretto tra i cittadini e gli amministratori che è pratica corrente nelle piccole comunità - un momento insostituibile di democrazia vissuta, vitale in una fase storica che registra al contrario il pericoloso allontanamento tra cittadino e istituzioni.

4.2.4 Cultura della vite e del vino

Come dimostra in Sardegna la già citata esperienza del Comune di Urzulei (Nu), che ha deliberato una specifica tutela per la sua vite millenaria scoperta nel bosco, anche nella valorizzazione della cultura della vite e del vino e nella protezione del patrimonio rurale e paesaggistico esistono grandi spazi di lavoro e interazione, soprattutto sfruttando le reti “civiche” di promozione delle identità territoriali. In questa direzione assume nuovo rilievo l'**azione di “rete” a livello europeo promossa dall'Associazione Iter Vitis (di cui Città del Vino fa parte, essendone stata l'ispiratrice) che può contribuire a dare ancora più valore a quei territori in cui l'antica cultura del vino** presente e documentata ha creato luoghi unici e irripetibili, attraverso l'offerta integrata di servizi turistici, attività di comunicazione, progetti di ricerca e programmi di cooperazione transnazionale nel nome dei percorsi della vite e del vino. Sul fronte privato, riveste particolare significato la **proposta di aprire la base associativa di Città del Vino a singoli cittadini**, amanti del buon vivere e del buon bere, con il duplice obiettivo di coinvolgerli nelle sue finalità istituzionali e potenziare la partecipazione alle iniziative di turismo enogastronomico locali.

4.2.5 Marketing territoriale

Specialità agroalimentari, feste e sagre, paesaggi e tradizioni, eccellenze di ogni tipo (storiche, artistiche, ambientali, artigianali...): è difficile trovare una Città del Vino che, oltre al vino, non possa vantare almeno una o più di una di queste ricchezze, componenti essenziali di quel patrimonio culturale (materiale e immateriale) di cui sono disseminati i territori rurali e le aree interne del Paese. Ma per farle percepire ai potenziali “consumatori di territori” è assolutamente necessario che **ad essere fortemente consapevoli del *genius loci* e del suo valore socioculturale ed economico siano in primo luogo gli amministratori, i cittadini e le imprese**. Il marketing territoriale, salvo alcune eccezioni, è invece purtroppo ancora poco efficace se non addirittura pressoché inesistente proprio perché sganciato da una reale coscienza civica del patrimonio territoriale. Oggi la maggior parte delle pagine online dei Comuni (e anche delle aziende vinicole) offre un’**informazione estremamente disomogenea**, carente (confusionaria, inesatta, frammentaria, poco aggiornata) e spesso poco o nulla attraente dal punto di vista della grafica. Così come pochi sono i Comuni soci che adottano per una manifestazione sul vino o comunque legata alla tradizione rurale il logo di Città del Vino, rinunciando così ad **esprimere un legame, un segno di appartenenza** che darebbero invece “forza e lustro” sia all’Associazione che al singolo evento/territorio. Possono oggi i Comuni ovviare alla scarsità di risorse accompagnando processi virtuosi di comunicazione (strade del vino, tecnologie innovative di informazione, presenza sul web e sui social, ecc.) attraverso la tassa di soggiorno o altre forme di fiscalità locale?

4.2.6 Ricerca e Formazione

Tradizione e trasmissione dei saperi sono i due pilastri su cui costruire, replicare e tramandare un grande patrimonio culturale che diventa anche risorsa economica. Il ruolo della formazione e della ricerca risulta, quindi, di fondamentale importanza per **costruire un tessuto sempre più ampio di analisi, competenze, capacità innovative e mentalità imprenditoriali** tendenti a rafforzare il valore delle produzioni locali come fattore economico, culturale e identitario. Dal punto di vista del territorio e delle autonomie locali appare oggi necessario un **nuovo e più vitale rapporto con il mondo della ricerca e dell’università**, a partire dagli atenei dove sono attivi corsi di laurea, master o altre iniziative in scienze gastronomiche, scienze turistiche, enogastronomia e turismo, o dalle esperienze formative di eccellenza come la Summer School sul paesaggio agrario di Reggio Emilia. Molte sono le iniziative delle Università che dovrebbero avere una più diretta relazione con il territorio di riferimento. In questo contesto i Comuni delle Città del Vino devono sentirsi responsabili di incentivare questi rapporti, ricercarli e consolidarli laddove siano già in grado di produrre risultati a favore del territorio.

4.3 Il ruolo della rete delle Città del Vino

Ai Comuni, piccoli o grandi, spetta la gestione di tanti aspetti della vita pubblica, sociale e produttiva, e non è attraverso la semplice sommatoria di territori che questi problemi possono essere risolti. Su oltre 8.000 Comuni, infatti, quasi 1.100 hanno meno di 5.000 abitanti e su di essi va concentrata l'attenzione. È facile dire che se i piccoli Comuni non funzionano vanno eliminati, basterebbe metterli nelle condizioni di lavorare al meglio invece di prevedere soluzioni che di fatto non sono altro che **tagli dei trasferimenti dello Stato, depotenziano l'efficienza dei servizi e diminuiscono lo spazio di democrazia e di rapporto tra cittadino e istituzioni.**

Da decenni i piccoli Comuni in particolare sono stati i protagonisti della promozione delle risorse locali, della sopravvivenza e del rilancio di tante comunità di aree montane e disagiate, di un'azione costante e quotidiana tesa a garantire coesione e inclusione sociale. I tagli dei trasferimenti agli enti locali non solo mettono in crisi i servizi essenziali per i cittadini, impedendo ai Comuni di svolgere una funzione di ammortizzatore degli effetti più disastrosi sulla vita delle famiglie, ma abbassano drasticamente anche i processi di tutela e valorizzazione del grande patrimonio naturalistico, culturale ed enogastronomico avviati e supportati dai Comuni spesso nella totale assenza di politiche e interventi a livello nazionale. Ne è un esempio la **ridotta capacità delle amministrazioni locali di sostenere i pur limitati costi dell'associazionismo di prodotto e del tipico, delle reti cioè che possono invece svolgere una importantissima funzione di promozione delle identità territoriali e di adozione di politiche integrate nella programmazione della crescita locale.** Soprattutto in un Paese come il nostro dove **la forza delle reti tra i Comuni va a potenziare il grande valore aggiunto del Sistema Italia: il rapporto inscindibile tra produzioni agricole di qualità e territorio,** inteso come espressione dell'insieme di valori e saperi sedimentatisi nel tempo.

Un conto, come prima accennato, sono le funzioni amministrative, un altro la rappresentanza degli interessi e del valore che le amministrazioni locali hanno in dote per storia, tradizioni, patrimonio e comportamento. I **Comuni devono restare al centro delle politiche di sviluppo dei territori** rafforzandone la capacità di offrire servizi ai cittadini e alle imprese. Rappresentano uno **strumento indispensabile per la democrazia,** per il contatto diretto con i cittadini che hanno nella figura del Sindaco il loro più vicino rappresentante dello Stato e delle istituzioni, e sono importanti per il **presidio ambientale, culturale e sociale** del territorio. La necessità di attuare risparmi (i veri sprechi della pubblica amministrazione si concentrano altrove) e di semplificare la burocrazia non possono essere alibi demagogici per ridurre l'autonomia dei Comuni e la loro rappresentatività quando, al contrario, la sperimentazione di nuovi modelli partecipativi con l'innovazione e la ricerca è possibile proprio nelle aree considerate più deboli.

Appare al contrario quanto mai essenziale da un lato destinare una parte delle risorse recuperate dai tagli alla spesa locale ad **incentivare le forme di aggregazione sovracomunale**, con interventi a favore di quelle autonomie locali che fanno della tipicità il principale fattore di crescita economica, ipotizzando ad esempio un fondo per finanziare progetti di promozione delle produzioni tipiche e di qualità; dall'altro, **convogliare una parte delle risorse dei fondi europei verso progetti realizzati dai Comuni e dalle associazioni comunali per lo sviluppo locale, in termini di filiere**, di trasformazione e di promozione, del patrimonio naturale, agricolo, enogastronomico.

E in questo contesto assume infine **un'importanza significativa il rafforzamento della tassa di soggiorno, che - se ben spiegata - diventa uno strumento su cui investire e non solo un semplice balzello**, una piccola spesa in più ben accettata dai turisti se serve a migliorare l'ambiente e la qualità dell'offerta turistica ma a patto che venga effettivamente ed efficacemente utilizzata per progetti di crescita, di potenziamento dei servizi e di sviluppo locale.

La nostra Associazione, che da tempo ribadisce la forza delle reti e la centralità della governance territoriale, è pronta a **partecipare all'elaborazione di nuove modalità di progettazione dello sviluppo territoriale condividendo la propria esperienza di associazionismo di prodotto e di lavoro di rete** (come hanno dimostrato per esempio anche i recenti Laboratori territoriali, organizzati in Sicilia insieme all'Istituto Nazionale di Urbanistica e all'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani e dedicati al nuovo rapporto tra città e aree rurali nella programmazione comunitaria 2014-2020) e **proponendosi ai Comuni come soggetto in grado di stimolare e coordinare la partecipazione ai bandi e un soddisfacente utilizzo dei fondi europei**.

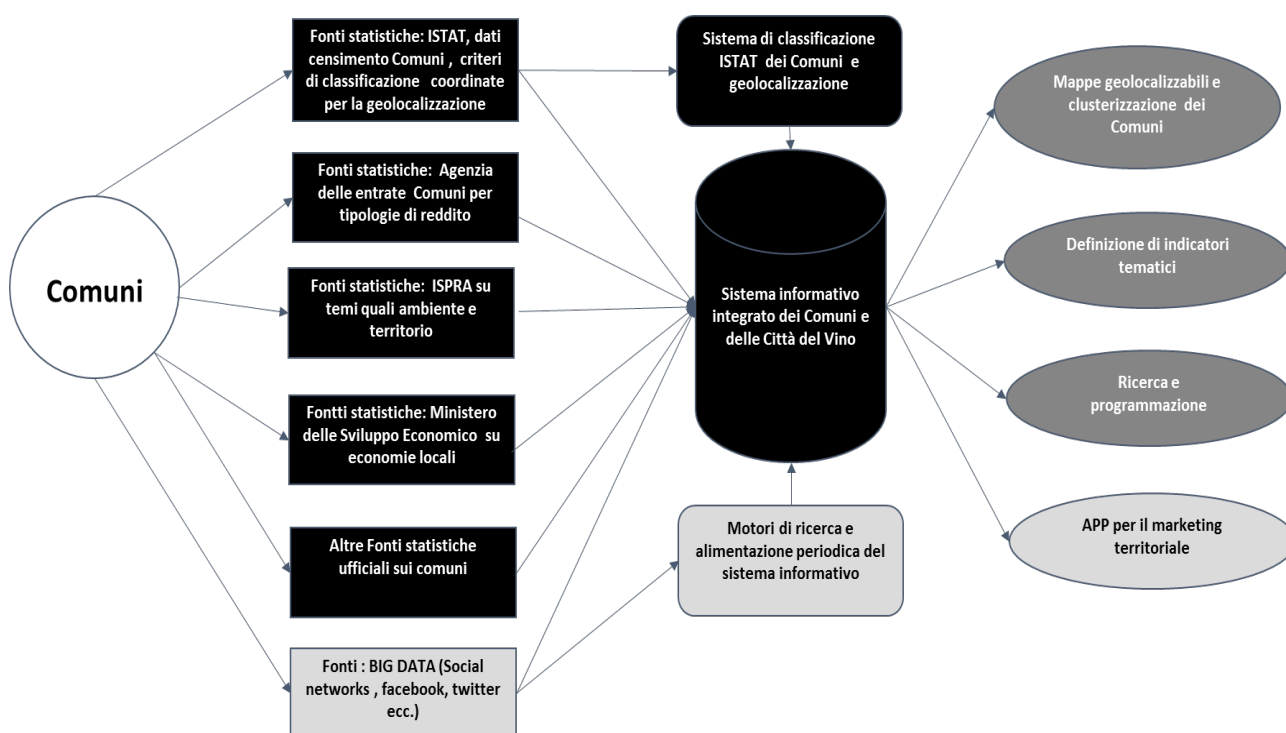
Due in particolare le linee che dovrebbero ispirare progettazione e sviluppo:

- **Concentrare i progetti** finanziati dalle politiche regionali di coesione per aumentarne l'impatto sulle economie locali, sulla produzione e sull'occupazione giovanile, attraverso: a) l'affidamento dello svolgimento delle funzioni di coordinamento dei progetti nonché le relative attività di raccordo ed impulso delle attività tecniche ed amministrative a centri operativi a livello nazionale o sovra regionale, che facilitino una gestione che sia unitaria e contemporaneamente "a rete" di tali interventi; b) la destinazione di una parte delle risorse a progetti promossi dalle associazioni di enti locali e dalle associazioni di prodotto.
- **Valorizzare l'esistente**, attraverso: a) la raccolta e analisi dei progetti finanziati dai Fondi strutturali negli ambiti della vitivinicoltura, dell'agroalimentare e del turismo, per la realizzazione di un database affidabile circa l'uso di tali fondi e la conseguente valutazione della loro efficacia e replicabilità; b) l'identificazione delle buone prassi sulla base di criteri comuni predefiniti quali modelli per la progettazione delle politiche e degli interventi; c) lo sviluppo e la disseminazione dei migliori interventi già realizzati.

Vogliamo allora concludere queste considerazioni accennando ad **alcune proposte operative di largo respiro**, tra le diverse che l'Associazione nei prossimi mesi intende affinare e mettere a disposizione dei suoi associati.

Un primo ambito di intervento riguarda la **valorizzazione del patrimonio informativo dell'Associazione**, che potrebbe farsi promotrice di un progetto per la creazione di un sistema che raccolga, aggiorni ed integri sistematicamente i dati sulla struttura sociale, demografica, culturale e produttiva delle Città del Vino, coordinando le diverse e molteplici fonti oggi sparse in enti e strutture diversi. Il Grafico 2 mostra la struttura di tale impianto, dove potrebbero confluire le informazioni di natura censuaria, demografica e socio-produttiva messe a disposizione da ISTAT e ISPRA e da altri enti sulle caratteristiche dei Comuni italiani. Il sistema verrebbe, inoltre, arricchito dalle informazioni specifiche sui Comuni associati: tipologia e caratteristiche delle produzioni vinicole, offerta culturale e museale, morfologia del territorio e prodotti agroalimentari di qualità.

Grafico 2 - Il Sistema Informativo delle Città del Vino: fonti e output



Va ricordato che i dati sui Comuni sono pubblici (dai redditi medi fino alle caratteristiche geomorfologiche del territorio) e che la ricomposizione, l'analisi e la messa in disponibilità di tali informazioni integrate (sulla base delle classificazioni ISTAT, come si è fatto nel Cap. 2) - attraverso un modello di Big Data estendibile progressivamente ad informazioni provenienti dal

web e dai social network - potrebbe costituire un vero e proprio punto di svolta nella valorizzazione del patrimonio culturale e sociale che “le città del” rappresentano nel processo di sviluppo del marchio Italia nel mondo.

Un secondo ambito di intervento riguarda l’opportunità di formalizzare **accordi e convenzioni con atenei ed altri istituti, sui temi legati alla conoscenza e promozione del patrimonio territoriale.**

Una maggiore e più fattiva collaborazione con il mondo della ricerca e della formazione contribuirebbe a:

- valorizzare **le ricadute territoriali dei risultati delle ricerche** sul patrimonio, sulle istituzioni, sui sistemi economici locali, sul marketing e destination management;
- definire **profili formativi più coerenti con le esigenze territoriali e le nuove frontiere del turismo** enogastronomico, del paesaggio e della governance locale;
- **coinvolgere le realtà locali nella progettazione di iniziative di livello universitario**, anche nella forma di stage e tirocini per la disseminazione sul territorio di conoscenze e competenze in formazione.

Un terzo ambito di intervento riguarda, infine, la realizzazione di un **progetto di comunicazione coordinata sul web**, studiando la messa a punto di un format uguale per tutte le Città del Vino da linkare ai siti dei Comuni in sostituzione delle pagine oggi esistenti, mettendo in rete tali spazi di promozione turistica (culturale, artistica, ambientale, enogastronomica, ecc.) attraverso il portale *cittadelvino.it* ed organizzando la formazione degli addetti all’implementazione ed aggiornamento dei dati. L’obiettivo è quello di creare non semplici pagine vetrina ma veri e propri siti finalizzati a contenere in modo organico e accessibile tutte le espressioni di marketing territoriale che il Comune deve offrire sul proprio sito istituzionale, facendo quindi in modo che ad una prima presentazione sintetica ma esauriente corrispondano livelli di approfondimento, immagini, recapiti o link di riferimento e che siano sempre presenti anche le informazioni sull’accoglienza e la fruibilità del territorio (strutture ricettive, aree sosta attrezzate, aziende, ecc.). Il sistema editoriale dovrebbe essere supportato da grafica e output delle pagine particolarmente curati ed efficaci e caratterizzarsi per una forte semplicità di uso (sia dal punto di vista del back-office sia da quello del front-office) e contemporaneamente per una decisa “potenza” (per consentire agevolmente sia il caricamento di immagini di qualità, guide o altri allegati anche di una certa consistenza sia una fruizione rapida dei contenuti). Un progetto di questo tipo rilancerebbe nello stesso tempo il **ruolo dell’Associazione**, la **visibilità degli associati** e la **forza della nostra rete, perché darebbe ordine e completezza ad una comunicazione turistica dei territori del vino** oggi ancora insufficiente nel suo complesso, **ma soprattutto la caratterizzerebbe sottolineandone l’essere Città del Vino** attraverso per

esempio una grafica ovviamente uguale per tutte ma contraddistinta da un qualcosa di diverso (un colore, un simbolo, ...) a seconda della regione di appartenenza, in modo da comporre una **mappa web dell'Italia delle Città del Vino omogenea ma rispettosa delle peculiarità e delle identità locali**. Per quanto riguarda le risorse finanziarie, è possibile ipotizzare un coinvolgimento delle **singole Regioni** che - accogliendo una specifica proposta dell'Associazione supportata da un'analisi dello stato dell'arte e della necessità di innovazione - potrebbero finanziare il processo con il FESR o altri fondi o attraverso bandi ad hoc.

BIBLIOGRAFIA

ANCV, *“Il Piano Regolatore delle Città del Vino. Linee metodologiche per valorizzare i comprensori vitivinicoli di qualità nella disciplina territoriale ed urbanistica delle aree rurali”*, Ci.Vin 2006

ANCV, *“L'integrazione degli immigrati nelle Città del Vino”* (2011), *“Alcol e sicurezza stradale”*(2011), *“Una nuova reciprocità tra città e campagna”* (2012), *“Programmazione europea 2014-2020”* (2013), *“Clima e rischi ambientali”*(2013), *“Spazi rurali e spazi urbani”*(2013), *“I palmenti, testimonianze di archeologia rurale nel Mediterraneo”*(2013), *“Città del Vino sul consumo del suolo”* (2013), *“Il valore socioculturale del paesaggio rurale e vitivinicolo italiano”* (2014), *“A.A.A. Agricoltura, Aree interne, Aree metropolitane”* (2014)

ANCV/Censis Servizi, *XII Rapporto annuale “Turismo enogastronomico: la terragna concretezza di un turismo ancora in fase di sviluppo”* (2013)

ANCV/Università di Salerno, *XII Rapporto Nazionale sul Turismo del Vino “Caratteristiche attuali e dinamiche evolutive del turismo del vino in Italia. Il dovere della collaborazione e dell'integrazione per la competitività internazionale dell'offerta enoturistica italiana”* (2016)

ANCV, *“Verso la pianificazione agricola e alimentare. Un'ipotesi di sviluppo per le Città del Vino”*, Franco Angeli 2017

APC/Associazione Produttori Caravan e Camper, *“Rapporto nazionale sul turismo in libertà in camper e in caravan”* (2016)

Automobile Club d'Italia-Istituto Nazionale di Statistica, *“Incidenti stradali Anno 2008”*

Automobile Club d'Italia-Censis Servizi, *“XVII Rapporto. Da una congiuntura costringente ad una mobilità eco-compatibile”* (2009)

Calzecchi Onesti Alessandra, *“Il Manuale del Borghigiano. Piatti, percorsi e parole per scoprire i borghi italiani”*, Mursia 2010

CENSIS, *38° Rapporto sulla situazione sociale del Paese* (2004), *40° Rapporto sulla situazione sociale del Paese* (2006), *41° Rapporto sulla situazione sociale del Paese* (2007), *50° Rapporto sulla situazione sociale del Paese* (2016)

CENSIS-CIA, *“Un futuro per l'Italia: perché ripartire dall'agricoltura”* (2014)

CENSIS, *“Il futuro dei territori. Idee per un nuovo manifesto per lo sviluppo locale”* (2015)

CNEL, *VII Rapporto “Indici di integrazione degli immigrati in Italia. Il potenziale di integrazione nei territori italiani. Analisi dell'occupazione e della criminalità per collettività”* (2010)

FAO, *Summary Report of the International Symposium “The Role of Agricultural Biotechnologies in Sustainable Food Systems and Nutrition”*, www.fao.org, 15-17 febbraio 2016

Fregoni Mario, *“Origini, diffusione e protezione della viticoltura mediterranea dalla desertificazione del global warming”*, Forum Universale delle Culture dell'UNESCO, Benevento 25 aprile-22 giugno 2014

Fregoni Mario, *“Appello ai Sindaci sulla biodiversità”* (2015)

JFC, *“L'Italia Turistica ferma al palo - i tassi di crescita del turismo regione per regione”* (2015)

ISMEA-Qualivita, *“XIV Rapporto sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane Dop, Igp e Stg”* (2016)

ISMEA-SVIMEZ, *“Rapporto ISMEA SVIMEZ sull'agricoltura del Mezzogiorno”* (2016)

ISS, *“Il consumo di alcol in Italia: i dati 2010 del sistema di sorveglianza PASSI”*, www.epicentro.iss.it

ISTAT, *“L'uso e l'abuso di alcol in Italia Anno 2009 e Anno 2010”*, *Statistiche in breve* 22 aprile 2010/5 aprile 2011

Odifreddi Piergiorgio, *“Il metodo scientifico? Farsi capire dalle nonne - Intervista a Richard Roberts”*, www.repubblica.it, 6 gennaio 2016

Organizzazione mondiale del turismo, www.e-unwto.org

Osservatorio Permanente Giovani e alcool-Doxa, *“Gli italiani e l'alcool. Consumi, Tendenze e Atteggiamenti in Italia”* (2011)

Percario Antonio-ANCV, *“I territori delle Città del Vino: 1997-2007”*, Università di Perugia, 2007

Perrino Pietro, *“Il metodo scientifico della nonna e gli ogm”*, www.repubblica.it, 21 gennaio 2016

Scienza Attilio, *“Gli autoctoni del Piave”*, Oderzo (Tv), 28 novembre 2008

Segretariato per l'Ambiente e lo Sviluppo Sostenibile dell'Unione delle Città del Baltico, *“Gestione integrata - Verso una sostenibilità locale e regionale”*, UBC Commissione Ambiente 2008

Wine Tourism Conference, winetourismconference.org

App. 1 - Statuto (2015)

Associazione Nazionale Città del Vino (Assemblea Straordinaria del 18/10/2015 - Genzano di Roma) STATUTO

Preambolo

Globalizzazione e competitività sono le grandi sfide che il mondo del vino italiano è chiamato ad affrontare con adeguati strumenti e rinnovata energia se vorrà mantenere il suo ruolo strategico sia in campo economico, sia ambientale, sociale e culturale. Imprese e territorio dovranno attrezzarsi per affrontare questo impegno promuovendo una sempre più stretta collaborazione tra di loro. La tutela della qualità dei prodotti (vino e produzioni tipiche locali) e della qualità del territori (ambiente, paesaggio, qualità della vita), la loro valorizzazione e promozione sono i presupposti imprescindibili per ogni possibile politica di crescita e sviluppo, quindi devono essere punti fondanti dell'azione della pubblica amministrazione e delle imprese. Con il consolidamento dei rapporti tra le imprese e i territori, supportato dal coinvolgimento diretto della società civile, è possibile programmare e realizzare tutte quelle azioni che si rendono necessarie per sostenere lo sviluppo socio economico delle terre del vino. L'Associazione Nazionale Città del Vino, in quanto "rete" dei territori a forte vocazione vitivinicola, è parte fondamentale di questa idea di sviluppo che vede la partecipazione attiva dei Comuni Soci, delle forze economiche e sociali, delle imprese agricole e vitivinicole, del mondo produttivo delle tipicità, dell'artigianato, del commercio, della cultura e dell'accoglienza. Una "rete" che, attraverso l'Associazione, sappia consolidare il suo ruolo di interlocutore politico e istituzionale a livello locale, regionale e nazionale e che sia strumento di partecipazione e di progettazione per favorire la crescita dei territori, il loro sviluppo nel nome della sostenibilità e della solidarietà.

Art.1 - Denominazione - Personalità - Sede L'Associazione nazionale Città del Vino si è costituita a Siena il 21 marzo 1987 ed ha ottenuto il riconoscimento della personalità giuridica il 1° giugno 2001. Ha sede legale e di rappresentanza a Genzano di Roma (RM), Palazzo Sforza Cesarini. La sede operativa è a Siena, in Strada Massetana Romana 58B, e può dotarsi di altre sedi operative, sezioni e recapiti a livello regionale, ai fini dello svolgimento ottimale delle attività necessarie per raggiungere gli scopi sociali.

Art.2 - Durata La durata dell'Associazione è a tempo indeterminato.

Art.3 - Scopi L'Associazione non ha fini di lucro ed opera per sostenere e sviluppare la qualità delle produzioni e dei territori delle città del vino, tramite iniziative e servizi nel campo della tutela, del sostegno allo sviluppo, della promozione e dell'informazione. In particolare, l'Associazione opera per - valorizzare e tutelare la vitivinicoltura di qualità, i vitigni autoctoni e antichi, l'architettura e le pratiche di coltivazione tradizionale, il paesaggio, i prodotti tipici locali, evitando il ricorso agli OGM; - sensibilizzare e coinvolgere direttamente le persone alla cura, tutela e valorizzazione del territorio come patrimonio comune e bene culturale e identitario; - promuovere la cultura del bere consapevole e moderato e di una corretta alimentazione, nonché l'etica dei consumi; - dare un contributo sostanziale all'attuazione degli artt. 5 e 6 della "Convenzione europea del paesaggio", recepita dall'ordinamento giuridico italiano (Legge n. 14 del 9 gennaio 2006).

Promuove: - le azioni dei comuni aderenti finalizzate all'esercizio associato delle funzioni e dei servizi comunali ed all'attuazione piena delle "autonomie" nel rispetto delle norme sul federalismo; - le autonomie e le diversità locali, le risorse naturali, storiche, architettoniche, culturali, umane e imprenditoriali dei territori del vino; - la sostenibilità dello sviluppo economico locale e lo sviluppo sostenibile, favorendo la permanenza degli agricoltori nelle zone rurali, la creazione, l'integrazione di nuove imprese e servizi e la concertazione tra gli interessi; - l'offerta turistica integrata basata sulla qualità del territorio, del vino, dei prodotti locali e tradizionali e dei servizi, nonché le bellezze paesaggistiche, le iniziative culturali e la presenza di beni artistici e storici del territorio stesso; - iniziative progettuali transnazionali e la cooperazione a livello europeo ed internazionale nelle tematiche d'interesse per l'associazione e gli aderenti; - il rapporto tra i produttori e gli enti pubblici e strumentali competenti per la valorizzazione del vino e dei prodotti tipici locali, delle risorse ambientali, paesaggistiche, urbanistiche, artistiche e storiche dei territori, a particolare vocazione viticola; - l'adozione di strumenti urbanistici appropriati alle caratteristiche dei territori delle Città del Vino ed in particolare l'adozione di Piani del colore e del decoro urbano e l'uso sostenibile del patrimonio edilizio esistente verso nuove forme di ricettività diffuse; - la cultura del vino, attraverso iniziative editoriali e di comunicazione; - la formazione e l'educazione al gusto con iniziative a carattere didattico e informativo; - il rapporto con le associazioni delle autonomie e con le altre associazioni che, sul territorio nazionale, operano in favore della qualità delle produzioni e dei territori; - accordi di programma con le Amministrazioni centrali e regionali e il coordinamento delle attività nella predisposizione, gestione e monitoraggio di beni e servizi, anche attraverso l'organizzazione, la costituzione e la gestione degli acquisti, in modo singolo o tramite gruppi di acquisto; - attività di supporto alle strutture incaricate della gestione dei progetti e monitoraggio sull'attuazione degli interventi.

Realizza: - servizi e reti di informazione e comunicazione innovativi per aumentare la qualità delle relazioni ed una corretta competitività dei sistemi territoriali (web marketing, piattaforme web, social networking, social network marketing, social network marketing territoriale, supporto alla pianificazione di marketing strategico, gruppi e reti); - programmazione, promozione e coordinamento di progetti nell'ambito dei programmi comunitari, nazionali e regionali inerenti le materie d'interesse per gli associati; - progetti di sviluppo a forte connotazione etica e la certificazione dei territori, il rafforzamento della coesione sociale e la qualità della vita delle Città del Vino attraverso l'utilizzo di opportuni strumenti operativi e intercettando risorse finanziarie e fondi di solidarietà; - la ricerca e l'attività di studio, la formazione e la promozione di iniziative culturali di concerto anche con le Università e le altre istituzioni culturali e scientifiche; - iniziative in favore della definizione e dell'assunzione da parte dei Comuni di competenze strategiche nel governo del territorio, dei servizi e dello sviluppo locale, sulla base del principio costituzionale di sussidiarietà; - manifestazioni ed iniziative, d'intesa con i Comuni soci volte ad esaltare la qualità dei vini e il valore dei territori a vocazione vitivinicola e a migliorare la comunicazione tra produttori, istituzioni, cittadini e turisti delle Città del Vino; - attività di ricerca, studio ed aggiornamento con particolare riferimento alla valorizzazione del territorio, alla tutela del paesaggio, alle energie rinnovabili, al cambiamento climatico, allo sviluppo sostenibile, alla tutela delle risorse naturali, alle nuove tecnologie dell'informazione e la programmazione di progetti comunitari di cooperazione; - alta formazione e aggiornamento degli associati o di altri soggetti pubblici e privati nelle tematiche d'interesse per l'Associazione; - azioni di aggiornamento della legislazione nazionale e regionale in materia di pianificazione, programmazione e valorizzazione territoriale a livello sovracomunale e di area vasta; - azioni finalizzate al superamento del divario digitale nei territori rurali e montani attraverso la promozione dell'accesso alla banda larga e sistemi wireless, partecipando alla programmazione ed attuazione di risorse comunitarie (Leader, FAS, FESR) e nazionali (Piano Strategico per la Società dell'Informazione); - attività di raccordo e di interazione con gli organi nazionali, le Regioni, gli enti regionali, e internazionali di promozione e coordinamento di politiche in materia di agricoltura, turismo, sviluppo territoriale, ambiente, salute.

Sostiene: RECEVIN la Rete Europea delle Città del Vino nata a Strasburgo nel 1998 per valorizzare a livello europeo indirizzi e politiche comuni culturali e di sviluppo economico dei Comuni Europei; il Centro Nazionale Vini Passiti, costituito in Fondazione nel 2001 a Montefalco (PG), per la tutela, promozione e valorizzazione delle produzioni dei vini passiti e dei loro territori; il Comitato Vinum Loci, nato nel 2003 e con sede a Cormòns (GO) per la tutela, promozione e valorizzazione dei vitigni antichi ed autoctoni italiani; l'Associazione internazionale "Iter Vitis", costituitasi nel 2007 e con sede a Sambuca di Sicilia, riconosciuta dal Consiglio d'Europa come Itinerario Culturale Europeo "Iter Vitis, les chemins de la vigne" per costruire, promuovere e divulgare il patrimonio, materiale e immateriale europeo legato alla storia della vite e del vino; l'Associazione Res Tipica costituita nel 2009 che riunisce le associazioni dei comuni di identità legate a produzioni tipiche italiane; il Museo Enologico di Arte Contemporanea di Torrecuso (BN).

L'Associazione per gli scopi sopra citati si è già dotata dei seguenti strumenti: a) LA RIVISTA TERRE DEL VINO. b) IL PORTALE WWW.CITTADELVINO.IT c) IL CONCORSO ENOLOGICO "LA SELEZIONE DEL SINDACO". d) CALICI DI STELLE. e) L'OSSERVATORIO DEL TURISMO DEL VINO. f) IL PALIO DELLE BOTTI g) LA SCUOLA DI FORMAZIONE "CITTADELVINOLAB". L'Associazione, per il raggiungimento dei propri scopi, potrà avere interessi e partecipazioni in società costituite o costituende aventi oggetto analogo o connesso al proprio. In particolare l'Associazione si avvale della società di servizi CIVIN srl.

Art.4 - Marchio L'Associazione adotta un proprio marchio che raffigura una piazza medievale e una torre merlata con sagoma di grappolo d'uva e di calice, con la scritta "Città del Vino". L'uso del marchio è regolamentato e tutelato.

Art.5 - Soci I Soci sono Ordinari e Sostenitori, il loro numero è illimitato. Il Regolamento determina i criteri e le modalità di ammissione, permanenza, recesso ed esclusione del Socio. Ogni socio ha diritto ad un voto. I Soci sono tenuti a comportarsi con assoluta correttezza negli eventuali rapporti contrattuali posti in essere dall'Associazione; devono osservare lo Statuto, il Regolamento interno e le delibere degli organi, favorendo con la loro azione gli interessi e gli obiettivi dell'Associazione.

Art.6 - Soci Ordinari. I Soci Ordinari sono: i Comuni che danno nome ad un vino o nei quali si producono vini a denominazione di origine o a indicazione geografica, o che documentino un'adeguata tradizione enologica connessa a valori di carattere ambientale, storico e culturale o produttivo; le Regioni, le Province, le Unioni di Comuni, Associazioni di Comuni nelle diverse connotazioni regionali, le Comunità Montane. Possono aderire anche i Comuni di altri Paesi dell'Unione Europea e non, purché, oltre ai requisiti previsti, abbiano rapporti di comunicazione linguistica e culturale o siano gemellati con una Città del Vino italiana, e che comunque non abbiano come riferimento un'altra Associazione nazionale di Città del Vino.

Art. 6 bis - Recevin. I soci ordinari e straordinari, senza costi aggiuntivi e fatta salva la volontà di non adesione, sono soci di diritto nelle rispettive categorie di Recevin, la Rete Europea delle Città del Vino.

Art.7 - Soci Sostenitori. I Soci sostenitori sono gli altri enti pubblici, gli enti privati o misto pubblico-privati che svolgono attività afferenti e coerenti con quelle dell'Associazione Nazionale Città del Vino, nei cui territori o ambiti territoriali si producono vini a denominazione di origine o ad indicazione geografica e si valorizzi la cultura del vino e dell'accoglienza.

Art.8 - Carta della Qualità

L'Associazione Nazionale Città del Vino adotta una Carta della Qualità che introduce un principio di identificazione dei comuni sulla base di impegni e azioni volti a qualificare quel comune come "città del vino" e ne incentiva l'applicazione. Il regolamento stabilisce gli obiettivi, i requisiti, il processo e la verifica del livello raggiunto di identificazione.

Art.9 - Impegni dei Comuni

Il socio Comune, oltre all'osservanza di quanto stabilito all'art. 5, si impegna: a promuovere e divulgare: l'utilizzo del marchio, del brand e del capitale sociale dell'Associazione; l'adesione alla Selezione del Sindaco e a Calici di Stelle; l'adesione alle attività formative dell'Associazione; ad adottare: la Carta della Qualità; i principi e la metodologia del Piano Regolatore delle Città del Vino; l'assegnazione di una delega alle Città del Vino all'interno della struttura rappresentativa (assessore o consigliere delegato) o esterno e di un riferimento operativo del Comune (dirigente o funzionario).

Art.10 - Quote associative I Soci, Ordinari e Sostenitori, sono tenuti al versamento di una quota di iscrizione e di una quota annuale, finalizzata a consentire il funzionamento e l'attuazione dei programmi dell'Associazione. Le quote sono determinate dall'Assemblea dei Soci. La quota di iscrizione va corrisposta una tantum e comprende anche il rimborso delle spese necessarie al sopralluogo per l'identificazione del nuovo associato. La quota associativa annuale è composta da una parte fissa ed una variabile ed è determinata nel rispetto dei requisiti e dei criteri contenuti nel Regolamento. Il Regolamento stabilisce l'assegnazione della quota della parte fissa ai Coordinamenti regionali ed il meccanismo dei crediti in favore degli Associati sulla parte variabile.

Art.11 - Esercizio L'esercizio sociale va dal 1° gennaio al 31 dicembre di ogni anno.

Art.12 - Entrate Le entrate dell'Associazione sono costituite da: - quote di iscrizione e quote annuali ordinarie a carico dei Soci Ordinari e Sostenitori; - eventuali contributi richiesti per le iniziative dell'Associazione; - versamenti volontari dei soci; - contributi da enti e istituzioni pubbliche e private; - convenzioni con enti pubblici e privati; - sovvenzioni, donazioni o lasciti di terzi o di associati; - cessioni di diritti d'uso (marchi, metodologie, strumenti operativi); - rimborsi spese connessi allo svolgimento di attività economiche strumentali ai fini istituzionali. Il Socio che cessi per qualsiasi motivo di far parte dell'Associazione perde ogni diritto al patrimonio sociale.

Art.13 - Avanzo di esercizio. E' vietata la distribuzione degli avanzi di esercizio di ogni genere e sotto qualsiasi forma ai Soci, anche in caso di scioglimento dell'Associazione.

Art.14 - Organi dell'Associazione. Organi dell'Associazione sono: a) l'Assemblea dei Soci; b) i Coordinamenti regionali ed interregionali. c) il Consiglio Nazionale; d) il Presidente ed i due Vice Presidenti; e) la Giunta Esecutiva; f) il Sindaco Revisore. Tutte le cariche, fatta eccezione per il Sindaco Revisore, sono espletate a titolo gratuito, il Regolamento interno stabilirà le modalità e la quantità dei rimborsi spese ammessi per lo svolgimento della carica.

Art.15 - Assemblea L'Assemblea è ordinaria e straordinaria ai sensi di legge. L'Assemblea è convocata dal Presidente presso la sede dell'Associazione o in ogni altro luogo. L'avviso di convocazione deve essere recapitato almeno dieci giorni prima della data fissata a mezzo lettera, fax o e-mail, e deve contenere l'ordine del giorno, l'indicazione del luogo della riunione, nonché la data e l'ora per la prima e la seconda convocazione. L'Assemblea è presieduta dal Presidente, ovvero in caso di sua assenza o impedimento, da un Vice Presidente appositamente incaricato; in caso di assenza o impedimento di questi ultimi, da persona nominata dall'Assemblea. Delle riunioni dell'Assemblea deve redigersi il verbale. Ogni socio, ordinario o sostenitore, ha diritto ad un voto ed è possibile avvalersi del potere di delega. Le deleghe ammesse non possono essere più di tre. L'Assemblea può essere convocata in via ordinaria e straordinaria anche nello stesso giorno.

Art.16 - Assemblea ordinaria L'Assemblea ordinaria deve essere convocata almeno due volte l'anno per l'approvazione del bilancio preventivo e consuntivo; può inoltre essere convocata su richiesta di almeno un terzo dei Soci e negli altri casi previsti dalla Legge. L'Assemblea, in prima convocazione, è validamente costituita qualora sia presente o rappresentata almeno la metà più uno dei Soci. In seconda convocazione, è validamente costituita con la presenza di qualsiasi numero di soci. Le delibere, sia in prima che in seconda convocazione, sono prese a maggioranza degli intervenuti. L'Assemblea ordinaria: a) approva il bilancio consuntivo dell'Associazione; b) elegge e rinnova, anche parzialmente, i membri del Consiglio Nazionale; c) nomina il Sindaco Revisore; d) approva e modifica il Regolamento per il funzionamento dell'Associazione; e) determina la misura della quota di iscrizione e di quella annuale di finanziamento dell'attività; f) impartisce le direttive generali di azione dell'Associazione e delibera su gli altri argomenti attinenti alla gestione dell'Associazione riservati alla sua competenza dal presente Statuto o dalla Legge e su quelli sottoposti al suo esame dal Consiglio nazionale; g) approva il programma di attività annuale e poliennale; h) delibera l'istituzione dei coordinamenti regionali e interregionali; i) aggiorna il libro dei Soci; j) delibera sull'esclusione del socio.

Art.17 - Assemblea Straordinaria L'Assemblea Straordinaria è convocata dal presidente su deliberazione conforme del Consiglio Nazionale. L'Assemblea straordinaria delibera sulle modifiche dello Statuto, sull'eventuale scioglimento anticipato dell'Associazione, sulla nomina dei liquidatori e loro poteri, nonché su qualsiasi altro argomento di sua competenza per Legge. L'Assemblea è valida in prima convocazione con la presenza di almeno due terzi dei Soci, in seconda convocazione con almeno un terzo dei Soci. L'Assemblea straordinaria delibera in prima convocazione con il voto favorevole di due terzi dei presenti; in seconda convocazione con il voto favorevole della metà più uno degli intervenuti.

Art.18 - Consiglio Nazionale Il Consiglio nazionale è composto da un minimo di 19 membri ad un massimo di 30 ed i Coordinatori Regionali ne sono componenti di diritto. Il Consiglio nazionale è eletto dall'Assemblea dei Soci. Ai lavori del Consiglio Nazionale sono invitati i Presidenti e gli Amministratori Delegati delle società di servizio controllate o partecipate dall'Associazione, il Presidente del coordinamento dell'Albo degli Ambasciatori ed il Past President. Il Consiglio dura in carica tre anni. I Consiglieri sono rieleggibili. Il Consigliere eletto rappresenta il Comune o l'ente di provenienza e si rapporta con il Coordinamento regionale o interregionale di riferimento. La decadenza avviene per dimissioni o quando il Comune o l'ente recede dall'Associazione, ovvero dopo tre assenze ingiustificate. Il Consiglio nella prima riunione successiva all'elezione elegge tra i suoi componenti il Presidente ed i due Vice Presidenti. Il Consiglio è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria dell'Associazione ad esclusione di quegli atti che sono attribuiti alla Giunta Esecutiva o di specifica competenza dell'Assemblea. Il Consiglio Nazionale, nel rispetto delle finalità del presente Statuto e degli indirizzi dell'Assemblea dei Soci, delibera sui seguenti argomenti: a) la proposta di bilancio consuntivo; b) l'approvazione del bilancio preventivo; c) la verifica dello svolgimento del programma approvato dall'Assemblea; d) l'ammissione e la decadenza dei Soci; e) la nomina della Commissione elettorale quale strumento propedeutico per l'elezione della Giunta esecutiva,

del Presidente e dei due Vice Presidenti; f) l'elezione della Giunta esecutiva; g) la nomina e la revoca dei membri di spetanza nei consigli di amministrazione delle società di servizi controllate e partecipate; h) l'approvazione del bilancio preventivo delle società di servizi controllate e partecipate, compreso il bilancio di Recevin; i) la nomina del Direttore Generale dell'Associazione, su proposta del Presidente, fissandone i compiti; j) la nomina del Delegato regionale; k) la proposta del Regolamento interno e le eventuali modifiche; l) la convocazione dell'Assemblea Straordinaria.

Il Consiglio Nazionale è convocato dal Presidente o, in caso di sua assenza o impedimento, dal Vice Presidente delegato dal Presidente, ogni qualvolta lo ritenga opportuno, e comunque ogni trimestre. E' altresì convocato su richiesta di almeno un terzo dei suoi membri. La convocazione è fatta mediante lettera, fax, e-mail o altro mezzo idoneo, contenente l'indicazione del giorno, del luogo e dell'ora della riunione nonché l'elenco delle materie da trattare, da spedire almeno sette giorni prima della riunione, ovvero, in caso di urgenza, due giorni prima. Le deliberazioni del Consiglio sono validamente assunte con il voto favorevole della maggioranza dei presenti; in caso di parità vale il voto del Presidente. Il verbale della riunione del Consiglio è redatto dal Direttore dell'Associazione, ovvero da un Consigliere incaricato dal Presidente. Se nel corso dell'esercizio vengono a mancare uno o più consiglieri, il Consiglio provvede direttamente a sostituirli con apposita deliberazione. Se un consigliere cessato ricopriva la carica di Presidente o di Vice Presidente, il Consiglio così reintegrato sceglie tra i suoi membri il nuovo Presidente o Vice Presidente, che ricopre la carica fino alla scadenza del mandato, così come i consiglieri cooptati. La delibera di cooptazione sarà ratificata nella successiva Assemblea. Se viene meno la maggioranza dei Consiglieri decade l'intero Consiglio, in questo caso è il Sindaco Revisore a convocare l'Assemblea per la nomina del nuovo Consiglio nazionale.

Art.19 - Presidente Il Presidente è di norma un Sindaco. Il Presidente del Consiglio Nazionale è il Presidente dell'Associazione e ne è il legale rappresentante. Dura in carica tre anni ed è rieleggibile. Il Regolamento stabilisce la procedura per l'elezione del Presidente. Il Presidente ha la responsabilità generale della conduzione e del buon andamento degli affari sociali e sovrintende alla attuazione delle deliberazioni dell'Assemblea, del Consiglio Nazionale e della Giunta Esecutiva. Il Presidente: a) convoca e presiede l'Assemblea dei Soci, il Consiglio Nazionale e la Giunta Esecutiva; b) dà le opportune disposizioni per l'esecuzione delle deliberazioni prese dagli Organi dell'Associazione; c) adempie agli incarichi espressamente conferitigli; d) propone al Consiglio Nazionale la nomina del Direttore generale; e) vigila sulla conservazione dei documenti e dei verbali dell'Associazione; f) accerta che si operi in conformità agli interessi dell'Associazione; g) conferisce, previa autorizzazione del Consiglio Nazionale, procure per singoli atti o categorie di atti. Il Presidente, per l'esercizio delle sue funzioni, si avvale della collaborazione del Direttore Generale. In caso di assenza o impedimento del Presidente questi è sostituito da un Vice Presidente indicato dal Presidente stesso. Il due Vice Presidenti durano in carica tre anni e coadiuvano il Presidente.

Art.20 - Giunta Esecutiva La Giunta Esecutiva è nominata dal Consiglio Nazionale ed è composta dal Presidente, dai due Vice Presidenti e da due membri. Compiti e funzioni della Giunta esecutiva sono: a) l'assunzione, il licenziamento e la gestione del personale; b) la stipula di contratti e convenzioni, con ratifica del Consiglio Nazionale; c) il conferimento di incarichi professionali necessari all'attuazione del programma, compresa la fissazione delle modalità e degli onorari; d) la partecipazione a progetti ed iniziative di carattere nazionale ed internazionale; e) la gestione degli immobili di proprietà; f) il controllo e la vigilanza sulle società di servizio controllate e partecipate; g) i rapporti con le banche; h) il rilascio di garanzie e fidejussioni bancarie e assicurative. i) tutti gli altri atti che siano stati espressamente delegati dal Consiglio Nazionale. Alle riunioni della Giunta esecutiva sono invitati il Sindaco Revisore ed il Direttore Generale.

Art.21 - Sindaco Revisore Il Sindaco Revisore è nominato dall'Assemblea dei Soci tra persone iscritte al registro dei revisori contabili. Il Sindaco revisore dura in carica tre anni ed è rieleggibile. Il Sindaco Revisore predispone e trasmette al Consiglio Nazionale la relazione annuale sulla gestione amministrativa dell'Associazione e relazionata all'Assemblea in occasione dell'approvazione del bilancio consuntivo.

Art.22 - Coordinamenti regionali I Coordinamenti regionali sono il fulcro operativo dell'Associazione. I Soci, ordinari e sostenitori, di una singola regione, raggiunto il numero minimo stabilito dall'Assemblea, si costituiscono in Coordinamento regionale. L'Assemblea del Coordinamento regionale elegge il Coordinatore regionale e la Giunta, composta dal Tesoriere e da un numero variabile di membri, disciplinato dal Regolamento interno dell'Associazione. Il Coordinatore regionale è membro con diritto di voto del Consiglio Nazionale. I Coordinamenti sono dotati di autonomia gestionale e finanziaria disciplinata dal Regolamento interno.

Art.23 - Coordinamenti interregionali Laddove non è costituito il Coordinamento regionale, su istanza dei Soci appartenenti a più regioni, l'Assemblea può, con propria delibera, istituire un Coordinamento interregionale, disciplinato dalle norme del precedente articolo.

Art.24 - Delegato regionale Qualora per diversi motivi non fosse possibile nei Coordinamenti regionali l'elezione del Coordinatore, il Consiglio Nazionale può nominare un Delegato, scegliendolo tra i propri membri, con le funzioni di commissario pro tempore.

Art.25 - Direttore Generale L'esecuzione delle delibere e la direzione dell'Associazione possono essere affidate al Direttore Generale con le facoltà, le attribuzioni ed i poteri determinati dal Consiglio Nazionale. Il Direttore Generale partecipa, senza diritto di voto, alle riunioni dell'Assemblea, del Consiglio Nazionale e della Giunta esecutiva, curandone la redazione dei verbali.

Art.26 - Comitato tecnico-scientifico Il Consiglio nazionale può nominare un Comitato tecnico-scientifico che ha lo scopo di dare pareri, promuovere e svolgere attività scientifiche all'interno di iniziative e progetti promossi dall'Associazione o su proposta dei membri stessi del Comitato tecnico-scientifico. I membri del Comitato tecnico-scientifico svolgono il proprio ruolo gratuitamente.

Art.27 - Albo d'onore. L'Albo d'onore dell'Associazione è composto dagli Ambasciatori delle Città del Vino e dagli Emeriti. L'Ambasciatore è colui che si è distinto nell'attività dell'Associazione o del proprio territorio. Emerito è una personalità del mondo della cultura, dell'arte, dell'economia, della scienza, dello sport che si sia particolarmente distinto promuovendo in Italia e all'estero, la ricchezza della civiltà del vino e dei territori italiani. Le proposte di nomina sono normate dal Regolamento.

Art.28 - Albo degli Amici delle Città del Vino Al fine di accrescere la conoscenza ed il radicamento dell'Associazione è istituito l'Albo degli Amici delle Città del Vino, al quale possono essere iscritti tutti coloro - persone fisiche, imprese e associazioni - che, versando una quota associativa annuale, condividano i valori e si impegnano ad operare per promuovere l'attività dell'Associazione.

Art.29 - Regolamento interno L'Assemblea ordinaria dei Soci approva un regolamento interno per l'applicazione del presente Statuto e per quanto necessario ad assicurare il migliore funzionamento dell'Associazione.

Art.30 - Liquidazione Qualora l'Associazione sia posta in liquidazione, l'Assemblea straordinaria provvederà alla nomina di uno o più liquidatori ed alla determinazione dei relativi poteri e compensi. Il patrimonio sociale rimanente, una volta effettuato il pagamento di tutte le passività sarà devoluto a fini di pubblica utilità.

Art.31 - Rinvio Per quanto non previsto dal presente Statuto, si rinvia alle disposizioni in materia di associazioni senza fini di lucro.

Art.32 - Norma transitoria Le norme contenute nel presente Statuto entrano in vigore entro tre mesi dalla sua approvazione. Gli Organi eletti restano in carica fino alla fine del mandato.

App. 2 - Regolamento (2012)

Associazione Nazionale Città del Vino (Assemblea del 21/03/2012 - Siena) REGOLAMENTO

ARTICOLO 1 - Finalità, approvazione e modifica del presente Regolamento

Il presente Regolamento ha la finalità di favorire l'attuazione dei contenuti dello Statuto dell'Associazione Nazionale delle Città del Vino e di assicurare il migliore funzionamento dell'Associazione. È approvato e modificato dall'Assemblea ordinaria dei soci.

ARTICOLO 2 - Sede Operativa

La Sede operativa dell'Associazione è ubicata in Castelnuovo Berardenga (SI), presso Villa Chigi.

ARTICOLO 3 - Uso del marchio

Il marchio è registrato. Ogni Socio si impegna ad usarlo in accostamento al proprio nome al fine di darne massima diffusione (dalla carta intestata alle iniziative e agli eventi che il socio organizza sui temi afferenti lo scopo dell'Associazione). La preventiva autorizzazione all'uso del marchio è necessaria solo quando lo stesso è abbinato ad iniziative di natura commerciale. Il Presidente concede e revoca ai soci il diritto all'utilizzo del marchio per fini diversi da quelli istituzionali. Su richiesta il marchio potrà essere concesso anche ad altri enti o imprese. L'utilizzo del marchio in questo caso viene deliberato dalla Giunta Esecutiva e regolamentato con apposito contratto. I Coordinamenti regionali controllano e verificano la corretta utilizzazione del marchio.

ARTICOLO 4 - Ammissione dei Soci

L'adesione è deliberata dall'organo competente del socio che nel medesimo atto fa proprio lo Statuto, la Carta della Qualità e il Regolamento dell'Associazione. I Coordinamenti regionali curano il procedimento di ammissione dei soci sia ordinari che sostenitori sottoponendo al Consiglio Nazionale l'elenco delle richieste dei nuovi soci. I Comuni aderiscono con atto formale entro e non oltre 90 gg. dal parere positivo del Consiglio Nazionale.

ARTICOLO 5 - Soci Ordinari

I Soci Ordinari sono i Comuni, le Regioni, le Province, le Unioni di Comuni, le Associazioni di Comuni nelle diverse connotazioni regionali e le Comunità Montane. I Comuni possono aderire anche attraverso le Unioni di Comuni, le Associazioni di Comuni nelle diverse connotazioni regionali, le Comunità Montane di cui fanno parte e possono continuare ad essere elencati tra i Soci con il proprio nome e/o con quello eventuale dell'Unione dei Comuni, dell'Associazione dei Comuni o della Comunità montana.

ARTICOLO 6 - Soci Sostenitori

I Soci Sostenitori sono le Camere di Commercio, le Pro Loco, i Consorzi di Tutela Vini, le Strade del Vino e dei Sapori, i Consorzi Turistici, gli Enti Parco, i Patti Territoriali, i GAL (Gruppi di Azione Locale), i GAC (Gruppi di Azione Costiera), i Distretti Rurali e Turistici, i STL (Sistemi Turistici Locali), i Poli di Innovazione, le IPA (Intesa Programmatica d'Area), le ATL e le Associazioni con finalità promozionali enoturistiche o altri soggetti che svolgono attività afferenti e coerenti con quelle dell'Associazione Nazionale Città del Vino. L'adesione di questi soggetti all'Associazione non è sostitutiva di quella dei Comuni. Non possono essere soci sostenitori le singole imprese.

ARTICOLO 7 - Carta della Qualità

La Carta della Qualità ha l'obiettivo di incrementare la riconoscibilità e le capacità distintive delle Città del Vino, attraverso un modello di identificazione che sia di guida per i processi di miglioramento, di valorizzazione e di tutela delle eccellenze produttive e della qualità della vita e dei territori. La Carta della Qualità contiene gli impegni irrinunciabili e gli standard minimi che ogni Città del Vino deve rispettare, fornisce indicazioni sulle tematiche prioritarie da presidiare e rappresenta il punto di riferimento per la definizione delle politiche di miglioramento, valorizzazione e tutela del sistema produttivo e della qualità della vita nelle Città del Vino. A partire dalla Carta della Qualità vengono individuati i criteri di valutazione secondo i quali procedere all'identificazione delle Città del Vino ed il loro posizionamento nella piramide della qualità. I criteri di valutazione, il modello di identificazione, i requisiti e il processo per la definizione della piramide della qualità e per il posizionamento dei soci saranno oggetto di un atto specifico del Consiglio Nazionale.

ARTICOLO 8 - Impegni dei Soci

Oltre all'osservanza delle disposizioni dello Statuto, del presente Regolamento e delle deliberazioni degli Organi sociali, i Soci si impegnano in particolare:

i Comuni: a recepire nello Statuto Comunale come valori fondamentali la vitivinicoltura di qualità, il paesaggio e l'ambiente, le produzioni tipiche, la cultura dell'ospitalità, la qualità della vita; ad aderire alla Selezione del Sindaco ed a Calici di Stelle; ad adottare la Carta della Qualità; a introdurre nell'ambito della propria pianificazione e gestione territoriale i principi della metodologia del Piano Regolatore delle Città del Vino e della certificazione ambientale; ad adottare l'assegnazione di una delega alle Città del Vino all'interno della struttura rappresentativa (assessore o consigliere delegato) o esterno e di un riferimento operativo del Comune (dirigente o funzionario);

e tutti: a promuovere ed aderire alle attività formative dell'Associazione (CittadelVino Lab); a contrastare e disincentivare l'introduzione di materiale geneticamente modificato in agricoltura; a favorire la produzione di prodotti tipici locali e artigianali; a favorire l'inserimento nei programmi scolastici di competenza corsi di educazione al gusto tutelando i diritti degli alunni ad una corretta alimentazione ed alla conoscenza delle tradizioni locali; a introdurre e sostenere il risparmio e l'efficienza energetica, la produzione di energia da fonti rinnovabili compatibili con il proprio territorio e l'ambiente.

I Soci, nell'ambito delle proprie attività si impegnano a dare priorità ai servizi offerti dalle società di servizio dell'Associazione.

ARTICOLO 9 - Quote

I Soci, Ordinari e Sostenitori, sono tenuti al versamento di una quota di iscrizione e di una quota annuale, finalizzata a consentire il funzionamento e l'attuazione dei programmi dell'Associazione. Le quote, di iscrizione ed annuale, sono determinate dall'Assemblea su proposta del Consiglio Nazionale. La quota di iscrizione va corrisposta una tantum. Per quanto concerne quella relativa ai Comuni ed alle loro Unioni la stessa comprende anche il rimborso delle spese necessarie al sopralluogo per l'identificazione del nuovo associato. La quota associativa annuale per i Comuni e le loro diverse forme associative è composta da una parte fissa, pari al 70%, ed una variabile, pari al 30%. La stessa è determinata nel rispetto dei requisiti e dei criteri specificati nell'articolo seguente.

ARTICOLO 10 - Determinazione delle quote annuali dei Soci Ordinari

La quota annuale per i Comuni e le loro diverse forme associative varia a seconda del numero di abitanti. Sono distinte sette fasce: Comuni con meno di 500 abitanti; Comuni tra 501 e 1.000 abitanti; Comuni tra 1.001 e 3.000 abitanti; Comuni tra 3.001 e 5.000 abitanti; Comuni tra 5.001 e 10.000 abitanti; Comuni tra 10.001 e 20.000 abitanti; Comuni tra 20.001 e 30.000 abitanti; Comuni con oltre 30.000 abitanti.

Per le varie forme associative dei comuni vale il principio della somma delle singole quote dei Comuni aderenti a Città del Vino secondo le fasce sopra descritte. Per le Unioni dei Comuni vale il meccanismo incentivante così strutturato: a) uno sconto del 10% sulla quota ordinaria per due anni per l'iscrizione di Unioni formate da Comuni già associati; b) sconto del 30% sulla quota ordinaria per due anni per iscrizioni delle Unioni formate anche da Comuni non associati.

ARTICOLO 11 - Determinazione delle quote annuali dei Soci Sostenitori

La quota annuale per i Soci Sostenitori è composta solo dalla quota fissa.

ARTICOLO 12 - Suddivisione della parte fissa della quota di adesione

La parte fissa della quota di adesione è ripartita tra il Coordinamento nazionale e quello regionale di riferimento in misura tale da garantire la copertura dei costi della struttura centrale. La percentuale di ripartizione è oggetto di deliberazione del Consiglio Nazionale in sede di approvazione del bilancio preventivo.

ARTICOLO 13 - Crediti a favore dei Soci

Sulla parte variabile delle quote di adesione è previsto il riconoscimento di crediti in favore dei soci in funzione della loro partecipazione alle attività ed ai progetti dell'Associazione. In particolare, i soci che supportano finanziariamente i progetti dell'Associazione o che acquistano servizi dalle società controllate dall'Associazione possono beneficiare di un credito, non superiore alla parte variabile della quota annuale, da scontare solo ed esclusivamente all'atto del pagamento della quota dell'anno successivo a quello dell'acquisto. Tale credito è proporzionale al valore dei servizi acquistati e la percentuale applicata è determinata dal Consiglio Nazionale, nella prima seduta annuale, e non potrà essere inferiore al 25% del valore degli acquisti.

ARTICOLO 14 - Recesso del Socio

Il recesso del Socio è ammesso. La relativa dichiarazione deve essere notificata all'Associazione entro il termine perentorio di quattro mesi prima della chiusura di ogni esercizio (31 agosto) ed avrà efficacia a far data dall'esercizio immediatamente successivo. In conseguenza di quanto sopra, i Soci che intendono recedere sono comunque obbligati al versamento della quota annuale in corso. Nel caso in cui, invece, la dichiarazione di recesso venga notificata all'Associazione successivamente alla chiusura di ogni esercizio (dopo il 31 Agosto), il Socio dovrà provvedere al pagamento della quota annuale in corso e della quota relativa all'esercizio immediatamente successivo. Il recesso avrà quindi efficacia a decorrere dal secondo anno successivo alla disdetta. Il recesso deve essere obbligatoriamente deliberato dall'organo competente che ha deliberato precedentemente sulla adesione, salvo non siano avvenute modifiche statutarie in merito.

ARTICOLO 14BIS - Modalità di notifica della Delibera di Recesso

Ad integrazione di quanto specificato nel sopra menzionato art. 14 - Recesso del Socio - si precisa che l'Ente che ha deliberato il recesso deve notificare la Deliberazione mediante l'invio di copia della Delibera stessa debitamente sottoscritta e protocollata alla sede legale della Associazione Nazionale Città Del Vino, 53019 Castelnuovo Berardenga (SI), Via Berardenga n. 29, a mezzo lettera raccomandata a.r. o a mezzo fax allo 0577 352584 o tramite PEC al seguente indirizzo segreteria@pec.cittadelvino.com entro il termine perentorio del 31 Agosto.

ARTICOLO 15 - Esclusione del Socio

L'esclusione dall'Associazione avviene quando il Socio abbia perduto i requisiti per l'ammissione o abbia compiuto atti costituenti grave inosservanza delle disposizioni dello Statuto, del presente Regolamento o delle deliberazioni degli Organi sociali. È condizione dell'esclusione il mancato pagamento della quota annuale di funzionamento per tre anni consecutivi. Sull'esclusione del Socio delibera l'Assemblea su parere del Consiglio Nazionale.

ARTICOLO 16 - Rimborso della quota

Nei casi di recesso o di esclusione del Socio non sarà riconosciuto alcun rimborso.

ARTICOLO 17 - Sospensione della quota

La Giunta Esecutiva potrà, su richiesta del Socio e parere del Coordinatore regionale, per particolari motivi come il commissariamento dell'ente e/o in presenza di difficoltà economiche gravi, potrà sospendere il pagamento della quota annuale definendo le modalità della compensazione.

ARTICOLO 18 - Rimborsi spese per gli Organi dell'Associazione

Non sono previste indennità di cariche, gettoni di presenza e/o qualsivoglia altro emolumento per lo svolgimento delle cariche per i componenti degli organi dell'Associazione. Il presente articolo si applica ai seguenti organi dell'Associazione: Presidente e Vice presidente dell'Associazione; Componenti del Consiglio Nazionale; Componenti della Giunta Esecutiva; Presidente del coordinamento degli Ambasciatori. È previsto il riconoscimento delle spese sostenute per la partecipazione alle sedute degli organi dell'Associazione e/o a manifestazioni e incontri che si ritengano utili e interessanti, considerato lo scopo e l'oggetto dell'Associazione. Il diritto all'ottenimento del rimborso spese sorge solo in presenza di apposita preventiva convocazione, delega e/o autorizzazione a partecipare agli incontri. Con una procedura interna, approvata dalla Giunta Esecutiva, verranno definiti nel dettaglio gli importi, le modalità operative, amministrative e finanziarie per l'erogazione dei rimborsi spese e delle indennità.

ARTICOLO 19 - Composizione del Consiglio Nazionale

Il Consiglio nazionale è composto da 27 membri di cui 19 coordinatori regionali componenti di diritto e 8 membri tra cui il Presidente, 3 in rappresentanza del Nord dell'Italia, 2 del Centro, 2 del Sud e 1 delle Isole. Il Consiglio nazionale è eletto dall'Assemblea dei Soci. Al Consiglio Nazionale è invitato permanentemente il rappresentante dei Soci degli altri Paesi della Comunità Europea ai sensi dell'art.6 dello Statuto. Il Consiglio Nazionale nella prima riunione utile dell'anno di scadenza degli organismi provvederà alla nomina di un'apposita Commissione composta da tre membri che provvederà alla composizione della lista dei candidati da sottoporre all'approvazione dell'Assemblea. I Soci potranno proporre candidature. In caso di decadenza di uno o più consiglieri il Consiglio, su proposta del Presidente, provvede alla loro sostituzione con apposita deliberazione. Non potrà essere membro del Consiglio Nazionale un rappresentante di un Comune o di altro Ente non in regola con il pagamento delle quote associative.

ARTICOLO 20 - Elezione del Presidente e del Consiglio Nazionale

Il Consiglio Nazionale viene eletto a maggioranza qualificata dei due terzi dei presenti all'Assemblea elettiva. Il Presidente è di norma un Sindaco o, comunque, un amministratore munito di specifica delega deliberata con atto di Giunta comunale. Il Presidente viene eletto a maggioranza qualificata dei due terzi dei membri del Consiglio Nazionale, nel rispetto di quanto stabilito all'art. 19 dello Statuto. La ripartizione delle macro aree Nord, Centro, Sud e Isole è quella prevista per le elezioni europee: (Nord) Val d'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Emilia Romagna; (Centro) Toscana, Marche, Umbria, Lazio; (Sud) Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria; (Isole) Sicilia e Sardegna.

ARTICOLO 21 - Giunta Esecutiva

La Giunta Esecutiva, nominata e composta ai sensi dell'art. 20 dello Statuto e rappresentativa delle 4 macroaree, è l'organo esecutivo dell'Associazione. Nello specifico rientrano tra i compiti e le funzioni della Giunta: a) l'assunzione, il licenziamento e la gestione del personale; b) la stipula di contratti e convenzioni, con ratifica del Consiglio Nazionale; c) il conferimento di incarichi professionali necessari all'attuazione del programma, compresa la fissazione delle modalità e degli onorari; d) la partecipazione a progetti ed iniziative di carattere nazionale ed internazionale; e) la gestione degli immobili di proprietà; f) il controllo e la vigilanza sulle società di servizio controllate e partecipate; g) la gestione dei rapporti con le banche; h) il rilascio di garanzie e fidejussioni bancarie e assicurative; i) la delibera e la regolamentazione della concessione dell'uso del marchio ad enti e imprese; j) l'assegnazione di deleghe specifiche agli Ambasciatori; k) la disciplina dell'Albo degli Amici; l) tutti gli altri atti che siano stati espressamente delegati dal Consiglio Nazionale. La Giunta Esecutiva è validamente costituita quando sono presenti almeno tre componenti e delibera a maggioranza dei presenti. Le riunioni possono essere svolte anche in videoconferenza ed utilizzando tutte le tecnologie della comunicazione che consentano ai membri di partecipare in maniera effettiva e di contribuire alla discussione in simultanea. Il voto può essere espresso anche via email.

ARTICOLO 22 - Coordinamento regionale

Il Coordinamento Regionale è l'assemblea dei Soci aderenti della Regione di riferimento e rappresenta la principale articolazione territoriale dell'Associazione. Esso elegge, in funzione del numero di associati e della specifica realtà territoriale, la Giunta composta dal Coordinatore, dal Tesoriere e da un numero variabile di componenti deciso autonomamente. Il Coordinatore è membro del Consiglio Nazionale e può essere affiancato da un Vice Coordinatore che può essere delegato anche al Consiglio Nazionale. Il Coordinatore, il Tesoriere e la Giunta durano in carica tre anni e sono rieleggibili. Per le cariche del Coordinamento, non sussistono vincoli legati allo status di amministratore, salvo la delega di un Comune socio. La sede del Coordinamento regionale è stabilita nel Comune di riferimento del Coordinatore regionale o in altra sede a ciò destinata. Il Coordinamento regionale potrà avvalersi di collaborazioni nei limiti delle disponibilità del fondo regionale ed in coerenza con il programma delle attività.

Il Coordinamento gestisce il fondo regionale e svolge le seguenti funzioni: a) attuare i principi della Carta della Qualità dei Comuni Città del Vino; b) organizzare l'attività dei Soci, favorendone la partecipazione alle iniziative sociali; c) favorire i rapporti tra gli associati facenti parte del Coordinamento e tra i diversi Coordinamenti; d) garantire l'attuazione dei programmi dell'Associazione, anche avvalendosi della struttura e del personale dell'Associazione stessa; e) stabilire e mantenere rapporti con le istituzioni locali e con gli organismi culturali ed economici del territorio; f) animare il proprio territorio ed informare circa i programmi dell'Associazione; g) favorire l'adesione di nuovi soci all'Associazione Nazionale curando direttamente il procedimento di ammissione; h) assumere iniziative proprie, in coerenza con gli scopi statutari ed i programmi dell'Associazione; i) vigilare e verificare sul regolare versamento delle quote associative; j) gestire attraverso la Giunta del Coordinamento il fondo regionale e gli eventuali contributi pubblici e privati; k) rendicontare al Consiglio Nazionale a fine anno sull'attività svolta; l) controllare e verificare la corretta utilizzazione del marchio. Gli Ambasciatori e gli Emeriti partecipano attivamente alle attività istituzionali ed esterne del Coordinamento. Non potrà essere membro della Giunta del Coordinamento un rappresentante di un Comune o di altro Ente non in regola con il pagamento delle quote associative.

ARTICOLO 23 - Fondo regionale

Il fondo regionale è costituito dalla parte della quota fissa determinata annualmente dal Consiglio Nazionale e calcolata sulla base delle quote effettivamente incassate. L'Associazione provvederà attraverso un sistema bancario online ad erogare la quota parte spettante ai Coordinamenti, rendendo disponibili le somme spettanti. La gestione della tesoreria del Coordinamento è affidata al Coordinatore ed al Tesoriere, mediante delega del Coordinamento Regionale. Tutte le operazioni di gestione che hanno effetti finanziari devono essere tracciate, dal punto di vista documentale, ed accessibili e controllabili dall'amministrazione centrale. Il Coordinatore ed il Tesoriere si impegnano a rispettare le direttive dell'amministrazione ed a gestire in maniera ordinata, trasparente e con gli adeguati supporti informativi la tesoreria del Coordinamento. Il Coordinamento Regionale può richiedere quote aggiuntive ai soci per il finanziamento delle attività e delle iniziative ricadenti sul territorio.

ARTICOLO 24 - Compiti del Coordinamento

Entro il 31 dicembre di ogni anno il Coordinatore regionale presenta al Consiglio Nazionale il bilancio preventivo contenente il programma generale delle attività e le previsioni di spesa. Entro il 31 gennaio di ogni anno il Coordinatore regionale dovrà inviare al Consiglio Nazionale un rapporto, a consuntivo, dell'attività e delle spese sostenute nell'anno precedente.

ARTICOLO 25 - Struttura operativa e personale

L'operatività tecnica, organizzativa, amministrativa e contabile, il personale dell'Associazione è sotto la responsabilità del Direttore generale che potrà decidere su atti urgenti e cogenti salvo poi la ratifica negli organi competenti. Essa è articolata nei seguenti Uffici: la Direzione, la Segreteria nazionale, le Relazioni nazionali e internazionali e l'Amministrazione. Le attività verranno svolte attraverso personale dipendente, rapporti di collaborazione e consulenza o convenzioni con CiVin Srl.

ARTICOLO 26 - Albo d'onore

Gli Ambasciatori delle Città del Vino e gli Emeriti, sono nominati dal Consiglio Nazionale su proposta del Presidente del Coordinamento degli Ambasciatori ai sensi dell'art.27 dello Statuto, possono essere eletti nel Coordinamento regionale e forniti di deleghe specifiche. A titolo esemplificativo e non esaustivo, gli Ambasciatori e gli Emeriti, nell'ambito delle loro rispettive competenze, possono: ● curare l'organizzazione di eventi e manifestazioni; ● proporre e gestire progetti specifici in nome e per conto dell'Associazione, con particolare attenzione per le iniziative culturali, sociali e di solidarietà; ● rappresentare l'Associazione in occasioni ufficiali; ● stabilire e curare relazioni con soggetti pubblici e privati interessati alle attività ed agli scopi dell'Associazione. Le attività e le iniziative degli Ambasciatori e degli Emeriti devono essere coordinate e gestite d'intesa con i Coordinatori regionali di riferimento e devono essere coerenti con gli indirizzi dell'Associazione. La Giunta Esecutiva, nell'atto di delega, determina durata, contenuto, limiti, finalità e modalità di coordinamento con gli altri organi dell'Associazione degli incarichi affidati.

ARTICOLO 27 - Albo degli Amici delle Città del Vino

All'Albo degli Amici delle Città del Vino possono essere iscritti tutti i cittadini, italiani e stranieri, le aziende e le associazioni che ne facciano richiesta scritta e paghino la quota stabilita dal Consiglio Nazionale. L'istituzione dell'Albo degli Amici ha l'obiettivo di accrescere la conoscenza, la diffusione ed il radicamento dell'Associazione nel territorio. Gli Amici delle Città del Vino condividono i valori e gli scopi dell'Associazione e si impegnano ad operare per promuoverne le attività e le iniziative. Essi ricevono una copia della Guida annuale e la rivista Terre del Vino. La Giunta Esecutiva potrà disciplinare iniziative specifiche rivolte agli Amici e definire le modalità di coinvolgimento e coordinamento con le attività dell'Associazione. I Coordinamenti regionali possono introdurre dei principi organizzativi dell'Albo a livello territoriale.

ARTICOLO 28 - Comitato Tecnico Scientifico

Il Comitato tecnico-scientifico ha lo scopo di dare pareri, promuovere e svolgere attività scientifiche all'interno di iniziative e progetti promossi dall'Associazione o su proposta dei membri stessi del Comitato tecnico-scientifico. Esso facilita le relazioni e la comunicazione tra i soci, gli organismi di ricerca e gli organi dell'Associazione. Con l'atto istitutivo del Comitato tecnico-scientifico il Consiglio Nazionale ne disciplina, con apposito regolamento, anche le regole di funzionamento, le modalità di gestione, i requisiti per la nomina dei componenti ed i poteri. L'Associazione potrà avvalersi del Comitato di Città del Vino LAB.

ARTICOLO 29 - Norma transitoria

A esclusione di quanto previsto negli art. 3, 7, 12, 13, 15 e 23 secondo comma il Regolamento è immediatamente eseguibile. La cessione del marchio verrà regolato, secondo quanto previsto all'art. 3, anche per gli usi eventualmente concessi precedentemente all'entrata in vigore del presente Regolamento.

App. 3 - Carta della Qualità (2015)

LA CARTA DELLA QUALITÀ DELLE CITTÀ DEL VINO

I dieci requisiti che fanno di una Città del Vino una Città speciale e diversa dalle altre

Nell'epoca della globalizzazione le città tendono tutte ad assomigliarsi l'una con l'altra. L'unica possibilità per sfuggire all'omologazione è quella di specializzarsi, di assumere una propria fisionomia e di rafforzare la propria identità. Fortunatamente il vino non è un prodotto come un altro; il vino è un prodotto fortemente identitario; il vino è un prodotto che marca il territorio e che viene marcato dal territorio: perché il vino è un prodotto vivo; perché il vino è un prodotto che nasce dalla terra e la terra è diversa da città a città; perché il vino affonda le proprie radici nella storia, nella tradizione e nella cultura; perché il vino si fa in ogni città in maniera diversa, con uve diverse, con tecniche diverse, con caratteristiche diverse. E allora le Città del Vino sono sì accomunate dal prodotto vino, ma sono diverse l'una dall'altra, perché diverso è il contesto paesaggistico, perché diverso è il clima, perché diversi sono i vitigni che si impiantano, perché diversi sono i sistemi di allevamento della vite, perché diverse sono le tecniche di vinificazione e di invecchiamento, perché diversi sono gli accostamenti e gli abbinamenti dei vini con i cibi. Pur nella loro diversità, tuttavia, le Città del Vino necessitano di un nucleo di requisiti comuni. Se vogliono veramente distinguersi dalle altre città, le Città del Vino devono assumere degli impegni comuni e declinarli, ognuna, rispettando la realtà, la storia e la tradizione di ciascuna città. Di seguito si indicano sinteticamente quelli che, secondo noi, dovrebbero essere gli impegni irrinunciabili e gli standard minimi di ogni Città del Vino. Impegni che, ove assunti ed attuati, qualificheranno quella città come una vera città del vino, come una città del vino che è tale non solo e non tanto perché tale si definisce, ma perché è riuscita e riesce a dare sostanza a questa definizione e perché è riuscita e riesce ad orientare in direzione del vino, della sua valorizzazione e della promozione della sua cultura, tutto il tessuto economico e produttivo della città e del territorio.

1 - Tutelare il paesaggio del vino: Il paesaggio agrario si è formato in secoli di lavoro attraverso modificazioni e stratificazioni successive; questo paesaggio ha una sua fisionomia, una propria caratteristica ed una sua armonia; compito della Città del Vino è quello di salvaguardare questo paesaggio, tutelando i terreni adibiti a vigne e quelli che in futuro potranno essere adibiti a tale funzione; compito della CdV è quello di fare in modo che i nuovi vigneti che si realizzeranno in sostituzione di quelli vecchi vengano realizzati seguendo l'andamento e l'orografia del territorio; compito della CdV è quello, mediante i propri strumenti urbanistici, di fare in modo che lo sviluppo urbano o quello legato alle attività produttive avvenga senza sottrarre terreno ai vigneti e senza impegnare terreno adatto, in futuro, all'impianto di vigneti; compito della CdV è quello di mettere in grado le aziende vitivinicole di dotarsi delle infrastrutture necessarie allo sviluppo della propria attività con interventi coerenti con il paesaggio e con la tradizione delle strutture agricole della zona.

2 - Semplificare le procedure amministrative per le imprese del settore del vino: A differenza di quello che viene affermato dal governo, dalle regioni, dalle province e dai comuni, il carico della burocrazia anziché diminuire, negli ultimi anni è notevolmente aumentato; ciò costituisce un problema per tutti, ma sicuramente costituisce un problema enorme per le imprese che operano nel campo della vitivinicoltura, in quanto esse sono spesso imprese piccole, a conduzione familiare e non dotate di risorse umane e finanziarie atte a far fronte alla mole sempre più imponente di documenti che la pubblica amministrazione richiede; compito della CdV è quello di semplificare la vita alle aziende vitivinicole e di fare in modo che le loro esigenze in fatto di adeguamento delle strutture alle normative igienico sanitarie piuttosto che a quelle agrituristiche vengano affrontate e risolte con il minimo aggravio per le aziende medesime e che, ove l'azienda necessiti di ampliamenti sia della parte produttiva sia della parte abitativa, ciò possa avvenire in tempi congrui con la vita e con l'economia della azienda medesima e non, come spesso purtroppo accade, in tempi "biblici".

3 - Rendere evidente la percezione del vino: Chi visita un territorio del vino deve avere chiara la percezione di trovarsi in una zona che produce vino e nella quale si consuma vino e ciò sarà evidente in quanto il visitatore già dalla strada vedrà i vigneti; ma, oltre ai vigneti, il visitatore dovrà percepire, attraverso una adeguata segnaletica ed una adeguata cartellonistica, che quella che sta percorrendo è una "strada del vino", che su quella strada si trovano le aziende che producono il vino, le vendite dirette, le enoteche, i musei del vino e del territorio, i ristoranti, gli agriturismi e tutte le attività in qualche modo legate all'economia ed alla cultura del vino.

4 - Rendere fruibile la cultura del vino: La cultura del vino si esprime nella maniera di fare il vino, nella evoluzione della capacità di produrre in maniera moderna e corretta vini ancorati alla tradizione ma si esprime anche mediante la valorizzazione della memoria del vino; compito della CdV è quello di promuovere e di incentivare la nascita di musei del vino e della cultura materiale e contadina della zona, mediante la costituzione di raccolte pubbliche e private di strumenti, tecniche, pratiche, tradizioni legate alla coltivazione della vigna, dell'organizzazione e della gestione della cantina oltre che di tutte le fonti orali e scritte in qualche modo connesse con il vino e con la sua fruizione.

5 - La strada del vino: La Strada del Vino è il tessuto connettivo delle aziende vitivinicole con le altre aziende che operano sul territorio nel campo della ristorazione, del commercio e della ospitalità turistica ed agrituristica; la Strada del Vino, anche con le sue “porte” di ingresso e di uscita, è inoltre il tratto distintivo del territorio del vino, che distingue un territorio del vino da un territorio qualsiasi; compito della CdV è quello di promuovere, laddove ancora non esista o di rafforzare laddove esiste, la Strada del Vino quale strumento di promozione e di valorizzazione del territorio e, al tempo stesso, quale collante all’interno di quel determinato territorio.

6 - L’enoteca del territorio: Chi visita una CdV deve poter trovare uno o più punti, pubblici o privati, all’interno dei quali si concentri e si metta in mostra tutta la produzione enologica del territorio; compito della CdV è pertanto quello di promuovere, tra le mura cittadine, la realizzazione, in accordo con i produttori, di enoteche che presentino tutti i vini che si producono su quel determinato territorio, in modo che il visitatore possa orientarsi e documentarsi e possa scegliere tra le etichette e tra le annate.

7 - Il vino nella ristorazione: Nei ristoranti e nelle osterie della CdV i vini del territorio devono avere un posto di primo piano; le carte dei vini devono contenerne una ampia rappresentativa; i menù devono prevedere i piatti della tradizione e del territorio ed i ristoratori dovranno curare con attenzione l’abbinamento dei piatti con i vini del territorio.

8 - Vino e ambiente: Nelle CdV la produzione del vino deve essere realizzata seguendo principi, tecniche e pratiche culturali e di cantina rispettose dell’ambiente e della salute; compito della CdV è quello di proporre e di promuovere presso i produttori percorsi di sostenibilità in tutte le fasi che vanno dall’impianto del vigneto ed alla sua cura fino alla gestione del processo di fermentazione e di invecchiamento dei vini.

9 - Vino e creatività: Da sempre il vino ha ispirato poeti, scrittori, pittori e scultori; compito della CdV è quello di sollecitare costantemente l’espressione artistica attorno al vino ed alla cultura del vino mediante la proposizione di premi, di rassegne artistiche, di appuntamenti, di mostre e di iniziative musicali e teatrali orientate al mondo del vino ed al mondo rurale in genere, che richiamino l’attenzione e l’impegno a cimentarsi da parte degli artisti e del mondo culturale in senso lato.

10 - Il calendario del vino: Così come la vitivinicoltura ha il proprio calendario scandito dalle fasi di lavoro nel vigneto ed in cantina, così ogni CdV avrà cura di predisporre un calendario annuale di appuntamenti per la promozione, la valorizzazione del vino della zona e/o di particolari sottozone, di approfondimento della conoscenza dei prodotti anche in abbinamento alla cucina del territorio, nonché di vera e propria commercializzazione del vino in loco.

App. 4 - Il vino onesto è un prodotto della terra (2007)

IL VINO ONESTO È UN PRODOTTO DELLA TERRA

Manifesto per una vitivinicoltura di qualità

In occasione del suo Ventennale (1987-2007), l'Associazione Nazionale Città del Vino invita i Sindaci e gli amministratori delle Città del Vino, i produttori vitivinicoli, i Consorzi di Produttori, ricercatori ed esponenti del mondo tecnico e scientifico, gli enoturisti e tutti i cittadini consumatori, a sottoscrivere questo manifesto in difesa della vitivinicoltura di qualità, dei vitigni antichi e autoctoni, delle buone pratiche enologiche, dei paesaggi del vino e degli ambienti rurali, contro l'omologazione dei vini e dei gusti, per l'affermazione di principi etici e salutistici che siano al centro delle future politiche europee, nazionali e locali.

1. *Il vino è un prodotto culturale, non una bevanda anonima senza storia e territorio.*
2. *La proposta della Commissione europea sulla Ocm vino (Organizzazione Comune di Mercato) introduce elementi positivi - produrre meno per competere meglio - ma con forti contraddizioni; rischia di mortificare la dimensione culturale, sociale, economica e ambientale della viticoltura.*
3. *I paesaggi del vino sono opere da tutelare, non vigneti da estirpare.*
4. *La nuova Ocm vino prevede un taglio di 400 mila ettari di vigneto in Europa. Un pezzo importante della viticoltura europea rischia di sparire.*
5. *Molte viticolture - soprattutto quelle difficili di montagna e delle isole - vanno rilanciate e con esse va tutelato l'ambiente viticolo e il paesaggio.*
6. *I mestieri del vino sono un patrimonio da custodire.*
7. *Il vino buono è un prodotto della terra che porta i segni di conoscenze consolidate e maturate nel corso del tempo. I mestieri del vino vanno promossi tra le nuove generazioni per favorire il ricambio professionale e l'aggiornamento, il mantenimento dei saperi e dei redditi di quel mondo rurale che vive di vitivinicoltura.*
8. *Il vino buono è lentezza e saggezza, non un prodotto da fabbricare in fretta.*
9. *La Commissione europea ha autorizzato l'uso dei trucioli, una pratica enologica che consente di dare al vino un "falso" aroma di legno, abbattendo tempi e costi. Ma il vino buono non si fa così. Le buone pratiche enologiche devono restare al centro dell'attività delle aziende vitivinicole.*
10. *Onesto è quel vino che si svela.*
11. *Il nuovo regolamento sui trucioli non prevede l'obbligo di indicare in etichetta il loro impiego: pertanto il consumatore non saprà e quindi non sarà in grado di scegliere mentre i produttori che intendono avvalersi di pratiche enologiche "tradizionali" saranno penalizzati da coloro che applicano pratiche furbette.*
12. *Il vino onesto è un prodotto della terra.*
13. *La terra produce sempre valori positivi. È la risorsa naturale che i vitivinicoltori saggi sanno come far emergere nei loro prodotti. Il vino buono si fa in vigna, non si fabbrica in cantina.*
14. *I vitigni autoctoni sono una polizza contro l'uniformità.*
15. *L'Italia è ricca di vitigni antichi e autoctoni, un prodotto unico della terra. Ma il mercato del vino tende a impiegare solo alcuni vitigni e quindi a dimenticare la terra e la sua biodiversità.*
16. *La ricerca sul vino fa bene alla salute: bere poco, ma bere bene.*
17. *Va promossa l'educazione al bere bene con moderazione. Programmi educativi nelle scuole e nelle università possono sviluppare consapevolezza intorno ai valori positivi del vino e della terra. La ricerca scientifica sul rapporto tra vino e salute va sostenuta, potenziata e sistematizzata. La divulgazione scientifica è necessaria per informare sul corretto consumo del vino.*

App. 5 - L'alfabeto delle Città del Vino (2012)

L'ALFABETO DELLE CITTÀ DEL VINO

In tempo di crisi economica, finanziaria, sociale e di valori, la riflessione sul ruolo delle realtà locali e sul futuro della viticoltura porta ad enfatizzare il valore delle abbondanze locali. Delle ricchezze materiali e immateriali che i nostri territori custodiscono in fatto di saperi, tradizioni, cultura, ambiente, paesaggio, storia, beni monumentali e artistici, prodotti tipici ed enogastronomia. Perché "vivere bene" non significa ricerca del lusso né rincorsa all'eccesso, ma rappresenta un'idea nuova del bello, del buono, del giusto e della natura. Alla riscoperta di spazi e di aree rurali dimenticati, alla ricerca di prodotti e di vini dal forte contenuto simbolico ed emozionale. Dalla A di Ambiente alla Z del km Zero, ecco l'alfabeto proposto dall'associazione Nazionale Città del Vino in occasione del suo 25ennale per contribuire a scrivere un "dizionario" dell'enoagricoltura sostenibile e di qualità.

- "A" come Ambiente. *L'agricoltura per la tutela dell'ambiente.*** Un'agricoltura consapevole può fare molto per mitigare gli effetti della crisi climatica e adattarsi alle mutate condizioni. Può ridurre il proprio carico inquinante e l'emissione di gas serra, può adottare soluzioni idraulico-agrarie sostenibili e mettere a coltura suoli che per caratteristiche pedologiche, altitudine, esposizione presentano requisiti ottimali per le diverse coltivazioni. Può ricavare dalla digestione anaerobica della biomassa consistenti quantità di metano, eccellente combustibile per la produzione di energia elettrica e calore. Anche la produzione di un vino può contribuire direttamente a rendere sostenibili i propri cicli produttivi agendo sui fattori chiave della produzione dal risparmio sui consumi energetici, dalla gestione della risorsa acqua fino al contenimento dell'emissione di CO₂ nell'atmosfera.
- "B" come Bene comune. *Bene comune, beni in comune.*** La stagione dell'individualismo, che ha caratterizzato nel bene e nel male il modello di vita egemone del nostro Paese, è in crisi. Gli Italiani manifestano segni di stanchezza nei confronti di una dinamica socioeconomica e culturale soggettivista che se, da una parte, è stata negli ultimi decenni uno straordinario motore dello sviluppo di massa, dall'altra ha generato una crescente solitudine, diffusione a macchia d'olio di grandi patologie individuali, mancanza di senso del futuro e di trascendenza, estinzione del desiderio e crisi dell'autorità della legge e delle istituzioni a cominciare da quella familiare. Ce lo rivela il Censis, che parla di una sempre più condivisa riscoperta dell'"altro", della "relazione" e della "responsabilità", del bisogno di trovare modelli valoriali di riferimento, della voglia di ritrovare il gusto per la qualità della vita e per il "bello" inteso anche come bellezza dei luoghi. Ma poiché difficilmente un'etica eterodiretta, calata dall'alto, può garantire la "rieducazione" dei cittadini a comportamenti virtuosi, è forse utile affrontare la questione etica anche sotto una diversa angolazione: l'idea dell'altruismo o meglio dell'"altruità" come dovere individuale, laico, disgiunto da connotazioni legate all'empatia o dell'amore. In un momento in cui la globalizzazione sottolinea più che mai l'interdipendenza degli uni dagli altri, l'invito a ricostruire dal basso una morale laica del dovere e della responsabilità, a partire dalla dimensione individuale, arriva da scienziati come Amartya Sen, Odile Jacob e Philippe Kourilsky, che ci mettono in guardia contro il neoliberalismo radicale, quando sostiene che sviluppando le ricchezze dei più ricchi anche i poveri ne traggono sempre beneficio, e ci avvertono: a che cosa serve essere liberi di comprare il pane, se non c'è un panettiere che lo fa?
- "C" come Certificazione. *E' ora di cambiare.*** Dal 1992, data dell'entrata in vigore del regolamento comunitario sulle Dop e Igp, nessuno si sarebbe immaginato un'adesione così alta e partecipata al sistema di tutela, che sta coinvolgendo oltre ai Paesi dell'area mediterranea, i Paesi dell'Est e quelli del Nord Europa. Il nostro sistema di controllo è uno dei più evoluti a livello europeo, così come lo è la forte sinergia tra gli organismi intermedi (enti di ricerca, università, ecc.), il mondo imprenditoriale composto da 80mila aziende che accettano di farsi controllare e il Ministero delle Politiche agricole. Ma c'è ancora molto da fare, anche perché manca un sistema condiviso per analizzare la qualità, manca un osservatorio europeo e il rischio concreto della concorrenza delle realtà extraeuropee si profila come immissione sui nostri mercati a prezzi competitivi sia di prodotti contraffatti a imitazione delle nostre eccellenze alimentari sia di prodotti certificati: la Cina, per esempio, in 10 anni ha implementato un registro di oltre mille produzioni certificate, investe oggi sulla qualità molto più di noi ed ha sistemi di controllo assai più rigidi del nostro! E' necessario accelerare l'adozione di una disciplina normativa restrittiva che imponga agli stati europei di ritirare dal mercato i prodotti che imitano le tipicità tutelate, rendere più credibile il sistema della certificazione sostituendo per esempio con altre le dop che oggi esistono solo sulla carta, pensare a strategie di innovazione dei prodotti per affrontare le possibili barriere e limitazioni su prodotti contenenti troppi grassi e troppo sale già ipotizzate dai paesi del Nord Europa.
- "D" come Donne. *Senza le donne non c'è sviluppo.*** La componente femminile rappresenta un terzo della popolazione agricola attiva europea e le donne sono presenti soprattutto in attività innovative: nell'agriturismo, nelle fattorie didattiche, nel settore biologico, nelle produzioni di nicchia, nell'ortofrutta e nella vitivinicoltura. Secondo i dati di Agriturismo.it, il 39% delle 20.000 aziende agrituristiche italiane ha alla guida una donna, che spesso apre un'attività a stretto contatto con la natura proprio per sentirne parte e con piena soddisfazione personale ed economica. Per molte di queste operatrici agricole il rapporto con la terra non significa solo dedicarsi alla coltivazione ma anche cercare e fare proprie regole condivise in ambito socio-economico e culturale: l'agricoltura sostenibile, la propensione alla multifunzionalità, la tradizione e la cultura, l'innovazione tecnologica, la ricerca di ritmi di vita e di lavoro in sintonia con l'ambiente, i bisogni alimentari, la tutela del territorio. Ad oggi però molte donne hanno una titolarità solo formale oppure svolgono le proprie mansioni nell'azienda di famiglia senza avere diritto ad un proprio status giuridico e la mancanza di un riconoscimento giuridico influenza i livelli retributivi. Valorizzare il ruolo femminile nell'impresa agricola e offrire sostegno alle donne che operano in agricoltura significherebbe valorizzare una grande capacità imprenditoriale, che nasce dalla attitudine femminile ad innovare e a fare proprio il concetto della sostenibilità e della qualità della vita e costituirebbe una preziosa risorsa per lo sviluppo rurale.
- "E" come Equità. *L'equità come esigenza.*** Equità e trasparenza dovrebbero essere i cardini di ricette e manovre anticrisi che impongono sacrifici alla comunità. Creare una tassa non è difficile, lo è creare il suo valore ed è per questo che prelievi e imposizioni non possono prescindere dall'introduzione di forme di risparmio economico per le imprese (fiscalità di vantaggio) e dalla possibilità per il cittadino di verificare che il proprio versamento sia servito per finanziare opere e servizi pubblici (tasse di scopo). Equità da tenere sotto controllo, quindi, non un aggravio, a patto che le risorse siano reinvestite a beneficio di tutto il territorio e che il contributo sia incentivato: chi investe in attività produttive nel settore agricolo potrebbe ad esempio non pagare l'IMU, chi non vuole pagare la carbon tax deve acquisire crediti con comportamenti ecocompatibili per contribuire al bilancio carbonico.
- "F" come Filiera. *La filiera sociale è strumento di sviluppo.*** E' un controsenso che, in una giungla legislativa di burocrazia e tributi, venga delegato al Comune il ruolo dello sceriffo. Il rapporto tra pubblico e privato va recuperato attraverso la costruzione di vere e proprie filiere grazie alle quali imprese, cittadini e tessuto sociale possano trarre vantaggio nella distribuzione. Tutte le energie di un territorio (Comuni, aziende, consorzi, associazioni di categoria, enti di promozione pubblici e privati) che condividono l'obiettivo di valorizzarne l'immagine virtuosa dovrebbero allearsi nell'individuazione di soluzioni non solo buone ma ottimali, capaci cioè di rendere massimi i vantaggi e minimi i rischi. Con un obiettivo preciso: sostituire il controllo burocratico da parte della pubblica amministrazione con l'adesione convinta alle buone pratiche e quindi con l'autocontrollo dei portatori di interesse, non più controparti quindi ma alleati preziosi e intelligenti per tutelare le risorse e il

paesaggio.

- “G” come Giovani. *I giovani sono il futuro dei nostri territori.*** L'Italia è il Paese con il numero più basso di bicchieri assunti in una giornata e la più alta percentuale di astemi, ma i dati relativi all'ultimo decennio evidenziano l'aumento dei comportamenti a rischio e lanciano l'allarme per alcuni eccessi giovanili. La tradizione della cucina mediterranea ha fornito finora un modello di consumo consapevole di vino e altre bevande alcoliche strettamente legato alla dimensione enogastronomica tradizionale: bere e mangiare bene sono nel modello culturale italiano due elementi strettamente interconnessi, che in qualche modo hanno finora fortemente arginato abusi e dipendenze. Ma se il patrimonio culturale cui fanno riferimento le nostre abitudini alimentari viene dissipato o mal sfruttato, questo finirà per incidere negativamente sullo sviluppo di consumi corretti, contribuendo al contrario a generare comportamenti sociali a rischio (obesità, eccessivo consumo di alcol, ecc.). Rientra allora nella mission di chi ha a cuore il “buon governo” dei territori anche la divulgazione, soprattutto tra i più giovani, degli strumenti atti a costruire un'educazione ad un corretto consumo alimentare ed al bere moderato e consapevole, con particolare attenzione alla salute, alla tutela dell'ambiente, alla riduzione degli sprechi, alla responsabilità civile, al recupero ed alla valorizzazione della memoria storica e del senso di appartenenza al territorio in si vive.
- “H” come Hotel. *Una nuova cultura dell'accoglienza.*** La promozione della visibilità, dell'immagine e, in definitiva, del marchio territoriale, è una priorità assoluta tra i possibili obiettivi da perseguire per una politica di diffusione del turismo legato alla scoperta del gusto e dei sapori della nostra tradizione. Scarsa cultura dell'accoglienza, mancanza di integrazione tra gli operatori turistici e fragilità del tessuto imprenditoriale locale sono alcuni degli elementi di debolezza del settore che possono essere affrontati facendo leva sul mix tra tradizione e innovazione che da qualche anno caratterizza la valorizzazione degli itinerari del vino in quanto a offerta al consumatore di servizi, di occasioni e di esperienze. L'incremento di “peso” del turismo enogastronomico nelle realtà locali dovrebbe, inoltre, passare anche per un'azione di qualificazione delle strutture e del personale preposto all'accoglienza e per una rinnovata politica di tutela ambientale.
- “I” come Integrazione. *Il vino italiano fa integrazione.*** Oltre alla presenza di manager, enologi, ristoratori e vigneron, da anni ormai il settore agricolo ed agroalimentare del nostro Paese registra una rilevante quota di manodopera immigrata. Soprattutto nelle produzioni enologiche la partecipazione, con funzioni spesso qualificate, dei lavoratori stranieri ed in particolare extracomunitari è significativa. Il loro contributo si è rivelato decisivo nello sviluppo delle denominazioni di qualità e la valorizzazione dei territori del vino è stata possibile anche grazie alla straordinaria capacità di inclusione delle comunità straniere che l'industria vinicola e più in generale quella agroalimentare, di solito strettamente connesse al territorio, hanno promosso e garantito. A queste persone provenienti da tutti i continenti, che hanno deciso di trasferire qui le proprie vite, i propri affetti, i propri costumi e le proprie abitudini, e che contribuiscono a compensare il tasso di invecchiamento degli imprenditori agricoli ed arrestare il processo di spopolamento delle aree rurali, dobbiamo “restituire” cittadinanza e senso di appartenenza anche attraverso gli interventi di formazione per qualificare maggiormente la mano d'opera, la regolarizzazione dei rapporti di lavoro, la sicurezza sul lavoro, l'estensione delle agevolazioni introdotte per l'acquisto e l'affitto della prima casa, i contributi per il recupero di edifici e centri storici in stato di abbandono.
- “L” come Luoghi. *Un vino ha il pensiero di chi lo fa e il carattere del terreno dove nasce.*** Se è vero che la competizione tra le città sarà vinta da chi è in grado di combinare le tre T (Talenti, Tecnologia e Tolleranza), l'Italia può aggiungere un ulteriore fattore per valutare il potenziale creativo degli insediamenti abitativi e la loro capacità di attirare risorse e persone, la T di Territorio, che nel nostro Paese si declina in tanti elementi attrattivi: sicurezza, controllo e coesione sociale, salubrità, qualità e fruibilità dell'ambiente, autenticità delle relazioni umane, cibo buono e genuino (non è un caso che, nel corso di una recente indagine sui valori degli italiani, la metà degli intervistati si sia dichiarato convinto che l'Italia sia il Paese al mondo dove si vive complessivamente meglio, anche in presenza di disagi organizzativi). Sempre più, nel futuro, quello straordinario marcatore territoriale che è il vino di qualità dovrà essere accompagnato da una narrazione di percorso, di filiera, altrettanto eccellente e simbolica. Perché solo la struttura fisica deriva dal vitigno. L'anima della vite è l'anima della vita dell'uomo che l'ha coltivata e l'ha trasformata in essenza, è l'anima della terra.
- “M” Manutenzione. *Manutenzione del territorio, manutenzione dei saperi.*** La viticoltura copre uno spazio temporale vastissimo, i suoi ritmi sono quelli, lenti, ciclici ed in lenta trasformazione, della natura e del cosmo. In questi ultimi anni stiamo assistendo al passaggio dall'enfasi fondiaria sull'accumulazione patrimoniale (vigneti, cantine, resort, ecc.) ad un buon governo delle risorse (ereditate) per generare manutenzione, innovazione e flussi stabili di valore aggiunto. Perché sono molti i viticoltori seri, onesti e rispettosi della natura, consapevoli di essere solo dei “custodi” - non dei proprietari o degli imprenditori vitivinicoli - di un sapere che va trasmesso ai giovani, che sono il futuro dei nostri territori. Perché le attività forestali e agricole possono prevenire il degrado del territorio e preservare biodiversità animali e vegetali, custodire le economie e le culture locali, influire sull'alimentazione quotidiana. Nello sviluppo di una nuova centralità agricola intesa non solo come produzione, ma come conservazione dell'ambiente e comprensione dei valori antropologici, paesistici e storico-monumentali del nostro Paese, possiamo trovare la chiave per la soluzione di problemi energetici, di tutela del territorio, di recupero di identità, di domanda di salubrità. E per preservare le biodiversità, è auspicabile una più stretta coordinazione tra il Ministero per i Beni e le Attività Culturali – preposto alla tutela della cultura, dello spettacolo, alla tutela e alla conservazione del patrimonio artistico e culturale, del paesaggio e del turismo – e i dicasteri dell'Agricoltura, dell'Ambiente e del Turismo per tutelare con strategie e scelte operative condivise le qualità e le potenzialità del paesaggio agrario, della cultura rurale nazionale, del patrimonio turistico ed enogastronomico dei nostri territori.
- “N” come Nuova. *La nuova economia nasce nella sobrietà.*** Decrescita felice, abbondanza frugale, manifesto dell'abbastanza: ridurre i consumi è auspicabile sotto moltissimi punti di vista (ambientali, salutistici, etici, ...) ma siamo sicuri che consumare e produrre meno equivalga sempre a consumare e produrre meglio? I paesi dove benessere e reddito sono in crescita di pari passo con l'aumento della vita media e la diminuzione della mortalità infantile hanno tutto il diritto di accelerare. Arrestare lo sviluppo con quell'uscita radicale dall'economia di mercato teorizzata da alcuni pensatori come unica via di salvezza per combattere l'attuale eccesso di desiderio e la crisi finanziaria che ne è derivata, non è proponibile. Però lo sviluppo deve essere sostenibile e per questo deve in primo luogo percorrere la strada della cultura, della ricerca e dell'innovazione.
- “O” come Ortofrutta. *Qualità e diversificazione sono le parole d'ordine.*** A vent'anni dall'entrata in vigore del regolamento europeo sul biologico, l'Italia è ai primi posti in termini di produzioni, varietà di prodotti, numero di operatori e superfici. Nel 2011 l'ortofrutta è stata la prima voce dell'export agroalimentare nazionale. Anche in questo settore la certificazione e il miglioramento della filiera hanno contribuito a riscattare il valore del lavoro agricolo fornendo cibo di qualità e contribuendo alla tutela dei paesaggi rurali e dell'ambiente. Ulteriori opportunità potrebbero derivare da un maggiore sostegno alle diverse forme di “diversificazione” già da qualche tempo intraprese dalle aziende agricole, come l'utilizzo di metodi di produzione biologica e a ridotto impatto ambientale, l'utilizzo di certificazioni di indicazioni geografiche e denominazioni di origine, la vendita diretta, la trasformazione del prodotto in azienda, la presenza di attività agrituristiche, la partecipazione a programmi di conservazione del paesaggio e a difesa della biodiversità.
- “P” come Promozione. *Più promozione dei prodotti e dei territori.*** L'attuale crisi economica costringe le aziende e le istituzioni a comprimere gli investimenti in comunicazione e non v'è dubbio che la drastica riduzione delle risorse destinate alla promozione del prodotto Italia non permette una adeguata esposizione mediatica della nostra qualità agroalimentare. Per questo la fase di ripensamento e riorganizzazione dell'Istituto nazionale per il Commercio Estero, che dovrà ripartire con criteri di rigore economico, maggiore efficienza e soprattutto maggiore trasparenza, dovrà puntare ad una razionalizzazione dei modelli di comunicazione e promozione puntando su strategie differenziate con particolare attenzione alle diverse realtà produttive e territoriali, sviluppando strategie mirate di promozione in relazione alle caratteristiche dei singoli prodotti: se i volumi di produzione non sono adeguati per soddisfare le richieste di paesi come la Cina o gli USA, per esempio, è opportuno riorganizzare le filiere e testarle su mercati diversi, nazionali o anche solo locali e, comunque, fornire agli operatori del settore informazioni e strumenti sui mercati esteri in fase di espansione.
- “Q” come Qualità. *Un buon rapporto tra qualità e prezzo.*** Il settore dell'agroalimentare di qualità è in costante evoluzione, l'anno appena terminato conferma un andamento positivo per i prodotti agricoli e alimentari di qualità, sia con riferimento alle esportazioni che ai consumi interni. In

Italia tutti i giorni 22mila persone sono costrette a mangiare almeno un pasto fuori casa, con una conseguenza paradossale: limitano le occasioni in cui fanno la spesa e non sanno quello che mangiano, e quindi riducono le loro possibilità di scelta, proprio oggi che le conoscenze e la sensibilità su questi temi sono notevolmente maggiori rispetto al passato. C'è dunque un potenziale mercato dalle enormi proporzioni sia per la ristorazione che per la distribuzione. Quello che inizialmente sembrava nato come un settore di nicchia – la certificazione dei prodotti – sta ora diventando un settore trainante per l'agroalimentare italiano ed è il fattore chiave per contrastare la crisi, a patto di mantenere un rapporto equilibrato tra costi di produzione e prezzo dei prodotti. Tre gli elementi, tra loro fortemente correlati, che possono favorire standard qualitativi crescenti a prezzi adeguati alle aspettative dei consumatori: il processo di razionalizzazione e di condensazione del sistema delle imprese agricole, a cui sono legati una maggiore produttività ed un maggior orientamento all'innovazione di processo e di prodotto; una filiera distributiva equa, in grado di remunerare il lavoro agricolo; una trasformazione organizzativa e tecnologica delle imprese, che stimoli la vocazione alla multifunzione e la formazione e qualificazione degli operatori impegnati.

“R” come Responsabilità. *Consumi e stili di vita responsabili come manifestazione delle modernità.* In un Paese passato da un ciclo storico pieno di interessi e di conflitti sociali ad un ciclo segnato dal declino della legge, dalla mancanza di fiducia verso le auctoritas che possano dargli forza, da comportamenti spesso appiattiti da influenze mediatiche e dalla promozione artificiale dei consumi, appare utile tornare a “desiderare” per recuperare stili di vita individuale e collettiva virtuosi: la responsabilità verso il funzionamento delle istituzioni e verso la qualità dell'ambiente circostante, il primato della convivialità e dell'accoglienza reciproca, la propensione a fare comunità in luoghi a misura d'uomo (borghi, paesi o piccole città). A cominciare da un assunto: sprecare meno per guadagnare tutti. Lo spreco è diventato uno stile di vita che possiamo correggere con efficacia, a partire da una forte azione di sensibilizzazione culturale. A giovani e giovanissimi, cioè alle generazioni che fra poco ereditano il mondo, dobbiamo insegnare a ridurre gli sprechi di beni materiali - cibo, acqua, oggetti, soldi, risorse naturali - e immateriali, come la salute, il corpo, il tempo, il talento, la vita. La Commissione Europea di Strasburgo ha proclamato il 2014 anno europeo contro lo spreco alimentare. La Fao stima che un terzo circa del cibo prodotto nel mondo per il consumo umano è perduto o sprecato. Nei paesi in via di sviluppo le perdite alimentari, quelle cioè che si verificano in fase di produzione, di raccolto e dopo raccolto e di lavorazione, sono più rilevanti a causa delle infrastrutture carenti, della scarsa tecnologia e della mancanza di investimenti nei sistemi agro-alimentari. Lo spreco di cibo è invece più un problema dei paesi industrializzati, che assai spesso avviene a livello di venditori e consumatori che gettano nella spazzatura cibo in perfette condizioni che si potrebbe benissimo mangiare. Perdite e sprechi in agricoltura significano enorme sperpero di risorse come acqua, terra, energia, manodopera e capitale oltre a trasformarsi in rifiuti, produrre emissioni di gas serra, e contribuire a riscaldamento globale e cambiamento climatico. Proprio per le sue caratteristiche l'agricoltura può svolgere un ruolo fondamentale se si incentiva la produzione sostenibile su piccola e media scala e la vendita diretta e in filiera corta, che stimolano i consumatori ad adottare comportamenti più responsabili e consapevoli.

“S” come Sindaco. *Quale sarà il ruolo dell'ente locale nei prossimi anni?* I piccoli Comuni rappresentano un presidio fondamentale per il mantenimento di livelli accettabili di coesione sociale e di qualità della vita. Nei territori rurali, nelle terre del vino spesso si continua a vivere in modo migliore rispetto ad altri luoghi. Ma tra i tanti provvedimenti decisi a livello governativo per affrontare la crisi della finanza pubblica, i tagli agli enti locali rischiano di mettere in discussione i servizi primari per i cittadini e l'opportunità di mettere a valore le “abbondanze” custodite anche negli angoli più remoti della Penisola. L'Associazione Nazionale Città del Vino si fa interprete delle difficoltà a gestire il territorio e le sue qualità che in questa particolare congiuntura storica gravano soprattutto su chi questi territori è chiamato ad amministrare, coinvolgendo i Sindaci in una riflessione sul futuro dell'ente locale e su come la valorizzazione del nostro enorme patrimonio materiale e immateriale possa continuare ad essere uno strumento al servizio delle comunità locali.

“T” come Trasparenza. *Più trasparenza per comunicare meglio.* Nonostante i dati attestino una crescita delle spese di comunicazione intorno alla produzione agroalimentare, anche in questo ambito ci sono delle criticità soprattutto verso i consumatori che richiedono una maggiore trasparenza dell'etichetta per poter accertare l'origine dei prodotti alimentari. Aumentare la trasparenza significa garantire la tracciabilità delle informazioni sulle produzioni, sulle origini dei prodotti e sugli operatori agricoli ed agroalimentari favorendo una effettiva accessibilità ai dati.

“U” come Uva. *Vitigni antichi e viticoltura del futuro.* Il recupero di uve le cui radici affondano nei meandri del tempo ma che oggi rischiano l'oblio e l'estinzione è una reale opportunità o forse a volte nasconde in parte una risposta, anche un po' razzista, verso il dilagare modaiolo di vitigni internazionali che navigano da un terreno all'altro, da una regione all'altra, spesso lontane tra loro e quindi senza legami con i luoghi di origine? Ai posteri - o al mercato - l'ardua sentenza. Autoctoni ed acclimatati possono convivere e produrre entrambi ottimi risultati, ma è fuori discussione l'importanza di conoscere e comprendere l'origine dei vitigni e la storia della viticoltura perché rappresentano un elemento sintomatico di un modo di pensare di un determinato territorio, perché permette di capire i profili geantropici che sostanziano un vino, perché mantengono intatto il testimone di una lunga e faticata storia dell'uomo vignaiolo e cantiniere scandita dagli eventi che hanno segnato l'arrivo di nuovi metodi capaci di migliorare la produttività e la qualità, la vinificazione, il trasporto, la conservabilità del vino.

“V” come Valore. *Un futuro fertile possibile, ma ancora da costruire.* Un processo di lunga deriva, strettamente connesso allo sviluppo sociale, culturale ed economico del nostro Paese, ha visto la lenta trasformazione del settore primario dalla sua architettura arcaica ad un sistema produttivo avanzato, in grado di trattare e trasformare il frutto della terra in prodotti legati alla filiera agroalimentare, coniugando la cultura delle produzioni tradizionali con l'innovazione qualitativa dei prodotti. Oggi nel pieno di una gravissima crisi economica, frutto di “ubriacatura” finanziaria, con la crescente consapevolezza che l'economia di carta non ci darà alcuna garanzia di sviluppo e la convinzione che le risorse della terra rappresentino un patrimonio formidabile per il nostro futuro sostenibile, torniamo a guardare all'agricoltura ed ai prodotti agroindustriali come ad uno dei comparti chiave per ricominciare a crescere. Inoltre tutto il nostro settore agroalimentare ha un forte “valore sociale”, alimentato da tutti quegli elementi che caratterizzano la ricchezza del nostro sapere alimentare in termine di tradizioni, qualità e varietà dei prodotti, immagine e credibilità, e che rappresentano un patrimonio comune ereditato dalle generazioni precedenti. Il vino è riuscito ad incamerare, meglio di altri prodotti, il valore sociale che era in grado di esprimere - forte radicamento culturale, valore simbolico, prodotto tipico e di provenienza specifica, marchio italiano, elevati standard qualitativi, basso impatto ambientale, mantenimento del paesaggio e salvaguardia delle tradizioni, prodotto salutare se usato bene, soggetto a rigore nei controlli - incrementando così il proprio valore di mercato ed offrendo un tipico esempio di come il valore sociale dipenda proprio dalla cultura enogastronomica di produttori e consumatori.

“Z” come Zero. *Energia a chilometro zero.* Il paesaggio è un bene comune della storia e della cultura di un territorio. Le esigenze produttive, abitative ed energetiche non possono essere affidate a dinamiche economiche spontanee, bensì devono diventare oggetto di pianificazione e gestione attraverso strumenti condivisi e rispettosi delle potenzialità ambientali e paesaggistiche: dal recupero dei centri storici e delle aree rurali dismesse o degradate agli orti urbani e agli spazi verdi affidati ai cittadini. Uno dei compiti del Piano Regolatore delle Città del Vino è oggi quello di risolvere il conflitto tra usi agricoli e usi energetici del suolo agrario, per adottare - di concerto con il mondo produttivo e i cittadini - corrette politiche a sostegno dello sviluppo delle energie rinnovabili salvaguardando le coltivazioni agricole di pregio e il paesaggio. Anche per l'energia, come per il cibo, la “filiera corta” è una buona idea, ma a condizione di razionalizzarne e regolarne l'impatto ambientale perché un vino di qualità ha bisogno di un territorio di qualità.