



Programmazione europea 2014-2020
Valutazioni e orientamenti delle Città del Vino

Castelnuovo Berardenga, 14 febbraio 2013

Premessa

Introduzione

1. Perché è stato così difficile spendere i soldi provenienti dall'Europa?

2. Ambiente, Agricoltura, Governance territoriale: un futuro fertile tutto da costruire

2.1. Ridare centralità all'agricoltura. Le lunghe derive di trasformazione delle produzioni agroalimentari in Italia

2.2. La governance territoriale. Regolare la città a partire dalle esigenze della campagna

2.3. Cultura ambientale e Ambiente culturale

3. L'analisi dei dati

4. Le linee progettuali delle Città del Vino

4.1. Agenda digitale

4.2. Competitività dei sistemi produttivi

4.3. Tutela dell'ambiente e valorizzazione delle risorse culturali e ambientali



PREMESSA

Quando il Ministro Barca ha invitato tutte le parti interessate a partecipare ad un confronto pubblico sul documento “Metodi e obiettivi per un uso efficace dei Fondi comunitari 2014-2020”, l'Associazione Nazionale delle Città del Vino ha ritenuto questa sollecitazione una preziosa opportunità ed ha voluto coinvolgere nel lavoro di approfondimento e scambio di idee tutti i suoi associati, una rete di oltre 500 enti locali tra Comuni, Province, Parchi e Comunità Montane a vocazione vitivinicola.

Per dare ai propri soci un ulteriore strumento di riflessione ha analizzato i dati resi disponibili dal portale OpenCoesione per mettere a fuoco alcuni degli elementi del mancato o inefficiente utilizzo di tali fondi da parte delle regioni italiane negli ambiti di sua competenza (agricoltura, agroalimentare, turismo, ecc.).

Insieme all'Istituto Nazionale di Urbanistica e all'ANCI ha, inoltre, organizzato in Sicilia due Laboratori territoriali dedicati al nuovo rapporto tra città e aree rurali e ai possibili sviluppi di questo tema nella programmazione comunitaria 2014-2020, che prevede sia una più forte declinazione territoriale e integrazione dei Fondi strutturali europei, sia una specifica potenzialità dei Programmi di sviluppo rurale nel promuovere filiere agricole corte e lunghe di qualità e nel rafforzare i beni pubblici locali.

Il testo che qui presentiamo è il frutto dell'assemblaggio, da una parte, dei materiali inviati ai propri soci come strumento di partenza per l'elaborazione di contributi e suggerimenti anche a carattere pratico e, dall'altra, delle linee progettuali evidenziate dall'Associazione in relazione ai focus individuati dal Ministro.

Il Presidente

Pietro Iadanza



Città del Vino
Associazione Nazionale



INTRODUZIONE

Il confronto pubblico aperto dal Ministro Barca sul documento “Metodi e obiettivi per un uso efficace dei Fondi comunitari 2014-2020”, elaborato dal Ministro per la Coesione territoriale d’intesa con i Ministri del Lavoro e delle Politiche Agricole, offre a tutti i soggetti interessati la possibilità di partecipare alla preparazione dell’Accordo di partenariato e dei Programmi operativi necessari per un salto di qualità nell’uso dei Fondi comunitari nella Programmazione 2014-2020.

Le soluzioni metodologiche e operative proposte si basano sui contributi di tre lezioni apprese nel passato anche recente: la diagnosi del peggioramento nell’utilizzo dei fondi 2007-13 e dei punti deboli della programmazione 2000-06, le innovazioni di metodo introdotte dall’Unione Europea nella proposta di Regolamento CE per il 2014-2020 e l’esperienza nazionale del Piano d’Azione per la Coesione, che ha anticipato le innovazioni di metodo della prossima programmazione e ha consentito di attuare l’impegno al rilancio del programma comunitario.

Si tratta di un passaggio altamente innovativo rispetto al passato e che segue di qualche mese la presentazione di OpenCoesione, il primo portale nazionale sull’attuazione degli investimenti programmati nel ciclo 2007-2013 da regioni e amministrazioni centrali dello Stato con le risorse del Fondo nazionale per lo Sviluppo e la Coesione e con i fondi strutturali. Un’operazione di grande rilevanza, perché per la prima volta dati e informazioni sugli interventi delle politiche di coesione territoriale (progetti, finanziamenti, luoghi e ambiti tematici, soggetti coinvolti e tempi di realizzazione) vengono messi a disposizione di cittadini, amministrazioni italiane ed europee, ricercatori, analisti delle politiche, imprese, settori organizzati della società civile e media, affinché possano conoscere e seguire le politiche di coesione, ma anche valutare l’allocazione per temi e territori dell’impiego delle risorse disponibili e lo stato di attuazione dei progetti.

L’invito del Ministro arriva contemporaneamente alla notizia sulla forte accelerazione nell’attuazione dei programmi cofinanziati dai fondi strutturali 2007-2013. Oltre che al Piano di Azione Coesione che ha svolto un ruolo decisivo, il merito va attribuito - come ha evidenziato il Ministro Barca - anche *“all’impegno di tutte le amministrazioni pubbliche, locali, regionali e*



Città del Vino
Associazione Nazionale



centrali, alle sollecitazioni e al contributo di conoscenza del partenariato economico e sociale, alla pressione dei mass media favorita da una accresciuta trasparenza informativa”.

I dati divulgati dalla Rete Rurale Nazionale sui Piani di Sviluppo Regionale certificano, in particolare, che nel corso del 2011 sono state impiegate tutte le risorse finanziarie (2,45 mld di euro) messe a disposizione dall'Ue in un settore strategico per l'economia del Paese quale è il sistema agricolo italiano.

E' allora evidente l'importanza per l'Associazione nazionale Città del Vino sia di prendere parte alla messa a punto di strumenti diretti a superare le cause dell'insoddisfacente impiego dei fondi strutturali sia di sollecitare e sostenere le amministrazioni locali a incrementare e rafforzare le attività progettuali e di richiesta di finanziamenti, promuovendo sempre più una politica strutturale che rilanci il settore primario e che parta in primo luogo da misure di semplificazione e razionalizzazione delle procedure di accesso ai bandi e al credito.

L'analisi dei dati disponibili sul sito OpenCoesione (che sono ufficiali, quindi hanno un alto livello di autorevolezza e certezza) permette infatti di evidenziare alcune delle ragioni del mancato o inefficiente utilizzo di tali fondi da parte delle regioni italiane negli ambiti di sua competenza (vitivinicoltura, agroalimentare, turismo), offrendo all'Associazione l'opportunità di intervenire su come potrebbero essere indirizzati i fondi europei, di farsi portavoce di questa istanza presso il prossimo Governo e contemporaneamente di proporsi ai Comuni come soggetto in grado di stimolare e coordinare la partecipazione a tali programmi.

1. PERCHÉ È STATO COSÌ DIFFICILE SPENDERE I SOLDI PROVENIENTI DALL'EUROPA?

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.



Il **primo motivo** è congenito: la **complessità** sia delle pratiche e delle procedure di accesso ai bandi e al credito sia di quelle previste dal sistema normativo italiano per la realizzazione dei progetti e l'avvio di attività imprenditoriali, che nel caso particolare della filiera alimentare sono spesso aggravate dalle gravose procedure amministrative della politica agricola comune (richiesta di eccessiva documentazione, difficoltà ad avere informazioni, eccessivo numero di Enti coinvolti e scarso coordinamento fra gli stessi, normative soggette a frequenti cambiamenti, lunghezza dei tempi, linguaggio utilizzato nella modulistica, ecc.). Il ritardo per l'utilizzo dei fondi strutturali europei è, inoltre, determinato anche dallo scaglionamento dei pagamenti che avvengono attraverso 3 fasi intervallate e con capacità di rimborso limitate o condizionate, mentre il pagamento finale dipende invece dal buon esito delle verifiche da parte della Commissione riguardo alle spese sostenute durante il corso dell'attuazione del progetto. Il consumo dei fondi quindi non avviene immediatamente, né è possibile stimare un tempo preciso per il pagamento finale che può avvenire anche ben oltre il periodo della programmazione dei fondi.

Il **secondo motivo** è congiunturale essendo maggiormente legato all'arrivo della **crisi**: le aziende e le amministrazioni locali non ricevono più dalle banche il credito necessario per accedere ai fondi, che finanziano solo una parte delle spese. Le dimensioni ridotte delle imprese, la complessità dei piani aziendali e la mancanza di risorse materiali sono altrettanti ostacoli all'ottenimento di finanziamenti. Poco usati rimangono, d'altra parte, strumenti alternativi come il finanziamento azionario, gli investimenti informali, il capitale di rischio e le garanzie. Ed è, inoltre, evidente un vuoto di mercato per il finanziamento delle operazioni di export. Spesso le istituzioni finanziarie non sembrano comprendere il potenziale economico di settori legati alla promozione in chiave turistica di risorse immateriali come la cultura rurale o il paesaggio, così come gli imprenditori di questi settori devono essere aiutati a capire meglio i meccanismi della pianificazione aziendale e dell'erogazione dei finanziamenti per finanziare le attività e la crescita delle loro aziende.

Il **terzo motivo** è **politico**: come efficacemente ricordato proprio nel documento del Ministro Barca, le classi dirigenti locali e nazionali hanno frequentemente adottato *“scelte consapevoli dettate dalla convenienza a estrarre un beneficio certo dalla conservazione dell'esistente - giovani*



Città del Vino
Associazione Nazionale



non istruiti, accessibilità inadeguate, imprese inefficienti assistite, barriere amministrative all'entrata, ambiente non tutelato, bandi di gara e progetti mal fatti - anziché competere per un beneficio incerto in un contesto innovativo e in crescita, dove i giovani sono competenti, l'accessibilità buona, le imprese inefficienti acquisite da quelle efficienti, l'entrata è facile, l'ambiente è tutelato, bandi di gara competitivi e progetti ben fatti attraggono l'offerta dei migliori." Hanno, inoltre, senza dubbio influito la debolezza delle amministrazioni centrali nell'interpretare il ruolo e la funzione di centri di competenza nazionali in grado di trasferire conoscenze e capacità operative alle amministrazioni attuatrici degli interventi; l'eccessiva frammentazione dell'intervento e quindi la difficoltà ad aggredire punti nodali delle inefficienze dell'azione pubblica; una domanda pubblica (la committenza) assai debole, prevalentemente interessata a rafforzamenti quantitativi (in termini di risorse umane) di specifiche funzioni gestionali piuttosto che orientata a risolvere problemi strutturali di scarsa o insufficiente capacità di attuazione, sul terreno, delle politiche, l'insoddisfacente capacità di programmazione strategica (risultati definiti con precisione e corroborati da indicatori e target espliciti; azioni per conseguirli chiare e circostanziate; rispetto della tempistica di realizzazione). E' evidente che i gestori di programmi aggiuntivi abbiano necessità di dotarsi temporaneamente anche di forze ulteriori, peraltro tradizionalmente assicurate dalle linee cd. di assistenza tecnica (vedi anche la proposta di creazione dell'Agenzia per la coesione, il rafforzamento del sistema delle Stazioni Appaltanti Uniche e delle centrali di committenza e l'adozione dei concorsi internazionali di idee), ma è altrettanto evidente l'importanza di poter dedicare ai programmi una quota consistente di risorse umane ed expertise stabili dell'amministrazione attiva affinché si ottenga una buona performance degli stessi e il consolidamento, nella pratica ordinaria, delle innovazioni organizzative e dell'utilizzo degli strumenti che si mettono in campo.

Il **quarto motivo** è che non basta spendere, serve saper spendere e invece mancano gli strumenti per **valutare** l'utilità degli interventi finanziati. Attualmente sia le attività di monitoraggio sia quelle della valutazione dell'efficacia dei progetti finanziati dai fondi strutturali sono assai carenti. Eppure oggi sono disponibili, grazie alle tecnologie della rete ed alla realizzazione di archivi e banche dati informatiche, numerosi giacimenti di informazioni amministrative che se valorizzati dal punto di vista statistico e di analisi (attraverso il cosiddetto processo dell'Open data)



Città del Vino
Associazione Nazionale



potrebbero permettere un monitoraggio sistematico ed una valutazione in itinere ed ex post dei risultati dei programmi e dei progetti finanziati sia dal FESR che dal FSE. A questo proposito si è dimostrato di grande utilità il sito e l'archivio realizzato dal Ministero (*OpenCoesione.it*), che permette di studiare i progetti realizzati oltre che monitorare l'andamento della spesa reale. Ed infatti è proprio a partire dai dati contenuti in questo archivio che Città del vino ha potuto condurre un'analisi dei progetti presentati ed afferenti ai temi della enogastronomia e della tutela del territorio, i cui risultati saranno presentati nelle pagine che seguono e sulla base dei quali è stato possibile definire una strategia che eviti di ripetere - nella nuova programmazione - gli errori commessi nel periodo 2007-2013.

Il **quinto motivo** è la mancanza di una più stretta **cooperazione** tra politiche diverse, in particolare nei settori dell'economia, dell'industria, dell'istruzione, del turismo, dell'innovazione, dello sviluppo urbano e regionale e della pianificazione territoriale. Ogni intervento pubblico finalizzato allo sviluppo deve incentivare le sinergie tra settori diversi ed è per questo necessario sviluppare e testare strumenti migliori di sostegno alle imprese e politiche finalizzate a facilitare le connessioni intersettoriali e le ricadute positive da un settore all'altro.

2. AMBIENTE, AGRICOLTURA, GOVERNANCE TERRITORIALE: UN FUTURO FERTILE TUTTO DA COSTRUIRE

2.1. RIDARE CENTRALITÀ ALL'AGRICOLTURA. LE LUNGHE DERIVE DI TRASFORMAZIONE DELLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI IN ITALIA

Il negoziato sul bilancio europeo e il processo di riforma della Politica Agricola Comune sono in pieno svolgimento e restano ancora da definire molti aspetti sostanziali dei futuri regolamenti comunitari per l'utilizzo delle risorse assegnate all'agricoltura, il 34% del bilancio complessivo della UE. **L'agricoltura italiana rischia di perdere complessivamente 4,5 mld di euro**, dei quali oltre 2,5 mld di aiuti diretti agli agricoltori (-8,9%) e 2 mld per lo sviluppo rurale (-18,7%). La perdita di risorse per l'Italia sul primo pilastro è stata compensata in parte nella trattativa sul bilancio con un **aumento di 1 mld di euro per lo sviluppo rurale** e nel compromesso raggiunto sugli emendamenti



Città del Vino
Associazione Nazionale



che prevedono una flessibilità tra i due pilastri da parte degli Stati membri (fino al 15% dal primo al secondo pilastro e fino al 10% dal secondo al primo pilastro).

Se è vero che il primario pesa appena per il 2% del valore aggiunto complessivo, è altrettanto vero che nel settore s'innestano ulteriori componenti, come **l'industria della trasformazione e quella della distribuzione, che creano filiere lunghe e complesse**, il cui valore cresce considerevolmente. Solo per avere un'idea, le esportazioni dei prodotti agricoli italiani pesano attualmente appena l'1,5% del totale, ma se si considerano i prodotti agricoli trasformati il peso sale al 7%. Nel 2011 le esportazioni agricole sono state pari a 5,7 mld di euro e quelle dell'industria della trasformazione dei prodotti primari pari a 24,3 mld di euro. Si stima che 1 euro di export dell'agricoltura sia in grado di generare 4 euro aggiuntivi di vendita all'estero di prodotti trasformati.

Una recente indagine Censis, condotta su aziende di medie e grandi dimensioni associate a Confagricoltura, ha evidenziato la presenza di **un'agricoltura che innova e che cerca nuove strade per la competitività** puntando su fattori eterogenei quali il potenziamento della funzione commerciale, il miglioramento delle competenze professionali del personale, il miglioramento della funzione contabile e finanziaria, la promozione e vendita all'estero, l'organizzazione in rete con altre imprese, l'investimento in impianti e tecniche a ridotto impatto ambientale. Ma accanto a questa realtà di punta, la situazione attuale è caratterizzata dalla presenza di **pochi operatori**, con un'elevata età media, culture legate ai decenni passati e poche prospettive di futuro. Come ha recentemente sottolineato Carlo Petrini, **la nostra agricoltura ha bisogno di giovani, i nostri giovani hanno bisogno di lavoro**. E se pensiamo che oggi in Italia la disoccupazione complessiva si attesta all'11% e quella giovanile intorno al 37%, balza agli occhi l'urgenza che il **mestiere del contadino** torni ad essere prestigioso e soddisfacente, con riconoscimenti a livello sociale ed economico, appetibili per chi studiando ha capito che è a partire dal cibo che si migliora l'ambiente, la salute e la qualità della vita di tutti. E' urgente favorire il ricambio generazionale e stimolare la nascita di nuova imprenditoria non solo con incentivi fiscali, risorse finanziarie e semplificazione delle pratiche burocratiche, ma anche rafforzando **l'appel dei mestieri tradizionali di qualità** e la trasmissione di competenze specialistiche verso le nuove generazioni e stimolando lo **sviluppo di reti su base locale**. A questo proposito nell'ambito del programma AMVA, promosso dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali - Direzione generale per le politiche attive e passive del lavoro, è di particolare interesse per l'Associazione Nazionale delle



Città del Vino
Associazione Nazionale



Città del Vino l'iniziativa "Botteghe di Mestiere" attuata da Italia Lavoro con il contributo dei PON del Fondo Sociale europeo 2007-2013 "Azioni di sistema" e "Governance e azioni di sistema" e che consentirà a 3.300 giovani di imparare un mestiere e specializzarsi nei principali comparti del Made in Italy attraverso percorsi di tirocinio di inserimento/reinserimento. Le Città del Vino sono in grado di avviare "**botteghe dei mestieri del vino**", che permettano a tirocinanti tra i 18 e i 29 anni di formarsi on the job nei mestieri a vocazione tradizionale legati alla vitivinicoltura.

L'agricoltura è in grado di dare un contributo importante allo sviluppo dei territori, alla tutela del paesaggio, alla qualità dell'offerta enogastronomica. Il sistema agroalimentare italiano ha avuto il coraggio di sostenere la trasformazione dei consumi puntando sulla qualità e sulla forza propulsiva dei prodotti della Dieta Mediterranea e della cultura enogastronomica del nostro Paese. Territorio e ambiente rappresentano per l'industria alimentare italiana la risorsa primaria e la prima fonte di approvvigionamento non solo delle **materie prime** (la stragrande maggioranza delle produzioni agricole sono assorbite dall'industria alimentare) ma anche delle **lavorazioni tradizionali** che spesso sono alla base delle innovazioni di prodotto (si pensi al vino o alle recenti produzioni di qualità dell'olio d'oliva). Cresce l'export del vino, ma diminuiscono i consumi interni anche perché i consumatori italiani hanno utilizzato la cultura gastronomica tradizionale per razionalizzare i propri consumi riducendo la quantità e puntando sulla qualità dei prodotti: il riequilibrio del sistema passa attraverso politiche di valorizzazione e promozione territoriale legate al **turismo enogastronomico**. L'elemento più importante sul fronte della **sostenibilità ambientale** non è più legato soltanto alle sue variabili tecnico-fisiche-biologiche, ma anche a come queste variabili ed altre ancora incidono sulla **qualità di vita e benessere della gente**: una vivibilità e un'armonia generale in grado di soddisfare le esigenze di tutti gli attori: imprese, consumatori, comunità, vitalità dell'ambiente, territorio, paesaggio.

L'agricoltura (e la viticoltura, in particolare) è anzitutto **un'importante attività economica, che deve produrre reddito e profitto**, e pertanto competere sui mercati; contemporaneamente è un **potente generatore di paesaggio e di identità locale**, cioè di un mondo rurale ricco di risorse che non può essere lasciato in balia di logiche puramente economiche. Ne deriva che agricoltura e paesaggio hanno un destino comune, non possono più agire separatamente e secondo logiche settoriali divergenti. Devono accettare per esempio che un'attività d'importanza decisiva - la viticoltura, appunto - ricada sotto entrambe le competenze, che pertanto devono essere



Città del Vino
Associazione Nazionale



esercitate in modo coordinato e coerente, usando anche i finanziamenti pubblici al servizio di uno sviluppo complessivo. Per le imprese dell'agroalimentare, e in particolare per quelle vitivinicole, il bel paesaggio rappresenta un'opportunità, il luogo di lavoro, oltre che il veicolo della nostra immagine nel mondo, ed è soprattutto in un momento difficile come questo che le idee e le regole per tutelarlo e salvaguardarlo in modo attivo devono essere condivise, purché tali regole non calino dall'alto, non siano vissute dai cittadini e dalle aziende come un'imposizione, bensì come un progetto da condividere perché capace di contenere i **saperi espressi dalla comunità locale**.

Applicando queste logiche al settore del vino si comprende come, al di là delle tecnologie impiegate per la produzione di vini di qualità (sostanzialmente disponibili ovunque), gli elementi che hanno nella nostra produzione una caratteristica di vera **distintività** sono massimamente legati ai **valori di natura immateriale che il nostro vino è in grado di veicolare**. 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 è un **prodotto fortemente identitario**, che marca il territorio e che viene marcato dal territorio: perché è un prodotto vivo, perché nasce dalla terra e la terra è diversa da città a città, perché affonda le proprie radici nella storia, nella tradizione e nella cultura, perché si fa in ogni città in maniera diversa, con uve diverse, con tecniche diverse, con caratteristiche diverse.

L'insieme composito e non riscontrabile altrove dei valori autentici che il vino italiano è in grado di offrire - se ben integrato, sostenuto e inserito all'interno di un chiaro posizionamento di territorio - porta **benessere e valore** non solo alla specifica comunità, ma anche all'intero paese stante la diffusa proliferazione territoriale di questa fondamentale cultura.

Né è possibile pensare di fare del paesaggio un elemento immutabile, una sorta di museo a cielo aperto, perché se i paesaggi 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 di divieti, ad una attiva, con un sistema di incentivi per gli agricoltori, una semplificazione degli oneri burocratici, una migliore distribuzione delle risorse, ma soprattutto misure innovative a sostegno della **multifunzionalità**. Tutto questo si può tradurre in **diversificazione del reddito nelle aree rurali** attraverso la creazione e il mantenimento di imprese agricole, artigiane e di servizi aventi ad



Città del Vino
Associazione Nazionale



oggetto un tessuto più ampio e differenziato di attività economiche, con un enorme potenziale sul fronte del ricambio generazionale, del ripopolamento di aree a rischio di abbandono e di innovazione organizzativa e tecnologica. Basta qui ricordare, a titolo esemplificativo, alcune delle opportunità di sviluppo insite in una **coniugazione sapiente tra produzione agroalimentare e le diverse declinazioni del turismo** (turismo esperienziale, turismo accessibile, viaggiare con gli animali, mobilità sostenibile, ...): dall'organizzazione di spazi per la vendita diretta alle fattorie didattiche, agriturismi, B&B, case albergo, parchi tematici, soggiorni e percorsi guidati per target differenziati (studenti, persone diversamente abili, ciclisti, ecc.), attività sportive, itinerari di scoperta e valorizzazione delle emergenze naturali del territorio e dei prodotti locali, corsi e laboratori di cucina e artigianato, cura del corpo e benessere, musei della cultura contadina, ecc. Così come la realizzazione di **applicazioni informative su dispositivo mobile** (smartphone e tablet), piattaforme di **ecommerce** e di **mobile-commerce**, **servizi "infologistici"** (tracciabilità, contrasto alla contraffazione, comunicazione one-to-one, marketing e geo-marketing) basati sul web e sulla tecnologia QR code e destinati a supportare le filiere globali di esportazione.

Per sostenere in particolare il Mezzogiorno e le sue cinque Regioni "in ritardo di sviluppo" (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sicilia) è, inoltre, indispensabile abbattere la vecchia divisione tra Nord e Sud attraverso strategie di sviluppo che **armonizzino tra loro le politiche agricole a livello regionale e integrino le tante agricolture italiane**, dal Sud terra del pane e del vino, dell'olio e degli ortaggi al Nord Italia che grazie alla fertile pianura padana, alle catene alpine e alla dorsale appenninica offre uno dei territori agricoli ed enogastronomici più straordinari del nostro Paese, passando per il Centro Italia, nelle sue grandi e variegata produzioni agro-alimentari e d'allevamenti.

Ampliare la dimensione internazionale con politiche intelligenti di **promozione delle esportazioni delle piccole organizzazioni e aziende**, rafforzare l'**offerta turistica dei nostri territori**, soddisfare la **domanda di nuove competenze** attraverso una collaborazione più stretta tra i settori creativi e culturali, le parti sociali e i settori dell'istruzione e della formazione professionale con una particolare attenzione al fabbisogno di personale con abilità manuali e competenze tecniche e tradizionali e migliorare l'accesso ai finanziamenti, sono infine tutti passaggi obbligati per favorire la crescita e l'occupazione, offrire opportunità di integrazione a comunità marginalizzate, raggiungere nuovi pubblici e nuovi mercati nel resto del mondo.



2.2. LA GOVERNANCE TERRITORIALE. REGOLARE LA CITTÀ A PARTIRE DALLE ESIGENZE DELLA CAMPAGNA

L'Italia rimane un Paese con un'accentuata distribuzione della popolazione sul territorio: il 70,2% del totale dei nostri centri urbani ha una popolazione inferiore ai 5.000 abitanti. In questi 5.683 comuni risiedono circa 10,3 milioni di abitanti (solo il 17,1% del totale), ma la giurisdizione amministrativa dei loro sindaci si estende su una superficie molto ampia, corrispondente al 54,1% del territorio italiano. Questa **forte dispersione insediativa e frazionamento amministrativo**, stante il quadro generale di ridimensionamento delle risorse pubbliche, comporta la difficoltà di mantenere nei territori a bassa densità quelle funzioni indispensabili per la vita delle comunità locali: dalla scuola dell'obbligo ai servizi sanitari o socio-assistenziali, dal trasporto pubblico ai servizi di base in generale.

Salvaguardare i piccoli Comuni rurali e valorizzarne il ruolo di presidio territoriale e democratico, dotandoli delle giuste risorse per mantenere i servizi essenziali per i cittadini, è invece di vitale importanza anche perché i Comuni possono essere straordinari **motori di sviluppo locale** e di rilancio di attività produttive all'insegna della sostenibilità. Così come lo è **favorire le aggregazioni amministrative per mettere in rete funzioni e servizi** e al tempo stesso creare politiche territoriali per lo sviluppo. Il paesaggio, la cultura rurale, l'ambiente e l'agricoltura costituiscono tutte una opportunità, la cui tutela deve essere condivisa tra amministratori pubblici, cittadini e imprese. Per troppo tempo è capitato che lo sviluppo di un territorio andasse a discapito di quelli più prossimi. Oggi però le popolazioni e gli amministratori delle città e dei territori rurali sono chiamati a rispondere a problemi che travalicano competenze e confini amministrativi e solo la **creazione di relazioni collaborative** può consentire l'elaborazione di una strategia condivisa attraverso la quale conseguire il comune obiettivo della conservazione del patrimonio ambientale e l'individuazione di un percorso di sviluppo sostenibile e d'inclusione sociale.

Moltissime Amministrazioni, nonostante l'informazione mediatica tenda più spesso ad enfatizzarne le mancanze piuttosto che le buone pratiche, già lo fanno e si sforzano, pur con mille difficoltà finanziarie e non solo, di introdurre **comportamenti virtuosi** nell'ambito dei consumi



Città del Vino
Associazione Nazionale



energetici, della mobilità, della fornitura di servizi idrici, della gestione dei rifiuti, della promozione di una alimentazione consapevole (mercati del contadino, orti urbani, campagne di informazione nelle scuole, iniziative di riduzione degli sprechi alimentari, ecc.), della creazione di Strade del Vino o altre iniziative che favoriscano la scoperta dei paesaggi e delle tradizioni locali come “Iter Vitis - Les Chemins de la Vigne”, l’**Itinerario Culturale della Vite e del Vino** di cui fanno parte le Città del Vino. A queste Amministrazioni va, per esempio, consentito – dando criteri “certi” - di fare investimenti e di impegnare risorse per la messa in sicurezza del territorio, per la produzione di energia rinnovabile, per il recupero dei centri storici in stato di degrado o di abbandono, per il sostegno ad attività imprenditoriali legate all’agricoltura di qualità e ad una fruizione turistica rispettosa dell’ambiente e del territorio. Le misure di incentivazione previste per Comuni e Province che procedano al **recupero dei nuclei abitati rurali** - ma andrebbero aggiunti anche i **centri storici urbani** - sono naturalmente opportune, ma se non si mantiene l'esistente (uffici postali, viabilità, servizi urbani, ecc.) quale qualità della vita si intende garantire alle campagne? E con quali strumenti (e risorse) gli enti locali potranno attuare l'obiettivo? Anche perché se è vero che il territorio rurale è parte fondamentale del nostro capitale sociale e della nostra qualità della vita, deve allora essere messa in risalto la **centralità (federalismo e funzioni) dei Comuni che appunto governano il territorio**.

Non si può alimentare il conflitto, ma al contrario è opportuno costituire partenariati tra aree urbane e rurali basati sulla comune responsabilità e finalizzate al perseguimento di vantaggi comuni. In un territorio caratterizzato da un sistema articolato di piccole e medie città, le relazioni di scambio sono più fluide e ricche e di conseguenza anche le aree rurali sono dotate di un più alto grado di connettività e accessibilità. Occorre sollecitare una **maggiore integrazione e reciprocità tra città e campagna, ridefinire il confine tra città e campagna**, valorizzare la prossimità tra agricoltura, viticoltura e borghi antichi ma anche nuove cantine progettate sempre più con l’obiettivo dell’integrazione tra struttura produttiva e paesaggio circostante.

E' necessario adottare un **diverso modo di computare i trasferimenti statali** - oggi quasi esclusivamente basati sull’entità della popolazione - dando alle aree rurali, al territorio (inteso come agricoltura, ambiente, paesaggio) e alla sua qualità una preminenza rispetto alla quantità degli abitanti (più case, più abitanti, più risorse...). I proventi derivanti dagli oneri di urbanizzazione andrebbero, inoltre, destinati anche alla sistemazione delle aree periurbane delle città e ad



Città del Vino
Associazione Nazionale



iniziative legate alla promozione della "prossimità" delle produzioni agricole.

Occorre distinguere tra attività edilizie che consumano nuovo suolo (inasprendo gli oneri e vietando di usarli per la spesa corrente) e **attività che riqualificano i tessuti urbani esistenti** - degradati e non - permettendo di usare per la spesa corrente una parte degli oneri, ed anche qui opportunamente distinguendo tra urbanizzazione primaria e secondaria. Tra le proposte dell'Associazione c'è il conferimento di **poteri straordinari in materia di esproprio ai Comuni con popolazione pari o inferiore a 5.000 abitanti o compresi nelle aree naturali protette**, promuovendo l'utilizzazione di forme e di procedure di attuazione e di gestione diretta degli interventi di recupero dei centri storici e dei nuclei abitati rurali.

Un altro tema al centro delle riflessioni dell'Associazione è il sostegno che si dovrà dare al terzo settore non solo nelle sue espressioni di servizio, culturale e sociale, ma anche di **associazionismo di prodotto** (come sono oggi ad esempio le Città di Identità di **Res Tipica** - di cui le Città del Vino rappresentano l'entità più "popolosa" - in base ai loro concreti progetti e programmi), testimoni delle istanze che provengono direttamente dai territori amministrati e dai cittadini.

E' evidente il ruolo determinante che soprattutto nelle aree rurali può svolgere la diffusione della **connettività alla banda larga** per favorire lo sviluppo di Smart Communities e la diffusione di servizi di e-Government, e-commerce e mobile-commerce; per migliorare la qualità della vita delle popolazioni nelle aree più remote e a rischio di isolamento fisico; per governare la prevenzione e la gestione delle situazioni di emergenza causate da catastrofi naturali; per creare sistemi di mappatura dei territori finalizzati ad ottimizzare la gestione dei suoli e delle produzioni; per erogare servizi di informazione e formazione a distanza; per stimolare la nascita di imprese che sviluppino soluzioni innovative utili a valorizzare l'economia del territorio (creazione di servizi e di assistenza per i residenti, miglioramento del decoro urbano e dell'attrattività, efficienza energetica e rispetto dell'ambiente, ecc.); per agevolare l'accesso sui mercati diversi da quelli locali delle imprese agricole, agro-industriali, artigianali e del turismo, soprattutto di piccola e media dimensione.

Particolare attenzione va riservata al supporto ed alle potenzialità che **l'innovazione tecnologica** può apportare alle iniziative di **marketing urbano** nei nostri Comuni, in una congiuntura come quella attuale in cui la riduzione dei fondi a disposizione delle amministrazioni rischia di lasciare sguarnita sia la funzione di **informazione turistica** sui territori sia l'implementazione dei **luoghi**



Città del Vino
Associazione Nazionale



della memoria di saperi e sapori locali (archivi digitali della memoria sociale ed architettonica dei luoghi con raccolte di interviste e documenti, musei del vino e della cultura contadina, centri di documentazione storica locale). Diverse Città del Vino si sono già dotate di strumenti high tech per mettere in rete le loro eccellenze e conquistare gli eno-turisti, a partire dai QR Code posizionati accanto ai luoghi di interesse che, oltre ad offrire visite virtuali della città, permettono al turista di accedere alla **campagna in maniera virtuale** e conoscere tutto quello che c'è da sapere sulle ricchezze storico-culturali non solo dei centri urbani, ma anche del territorio circostante e dei suoi prodotti. Tra le proposte dell'Associazione nazionale delle Città del Vino c'è allora quella di **dotare la rete dei suoi associati di un sistema di touch screen** che permetta a tutti i territori a vocazione vitivinicola di valorizzare e mantenere viva la propria identità con un contenuto impiego di risorse umane e finanziarie.

2.3. CULTURA AMBIENTALE E AMBIENTE CULTURALE

L'Associazione nazionale delle Città del Vino ha avviato da tempo una riflessione sul **ruolo dell'agricoltura nella costruzione dell'identità locale e del paesaggio** e sulla **sostenibilità ambientale, sociale ed economica della filiera vitivinicola**.

L'analisi svolta nel 2011 dal Censis sul **valore economico delle bellezze** per il nostro Paese ha evidenziato come "il bello" pesa per il 100% dell'intero comparto dei beni culturali, che da solo vale più di 17 mld di euro, grazie al turismo culturale, ai musei, alle mostre, agli alberghi e ai ristoranti delle città d'arte. Nel comparto dell'agroalimentare fornisce un apporto tutto sommato limitato (con un incremento di circa il 5% del valore aggiunto prodotto, poco più di 2,3 mld di euro), però negli ultimi dieci anni questo comparto ha mantenuto le sue quote rispetto ad altri settori del Made in Italy che segnano pesantemente il passo. Spingere le molle della nostra economia, i consumi, l'orgoglio di molti imprenditori, le esportazioni, significa allora ricominciare a produrre bellezza, significa credere e investire nella valenza anche economica della **bellezza paesaggistica ed evocativa del nostro patrimonio culturale e dei nostri sapere rurali**.

Il rispetto dei vincoli ambientali, la risposta ai cambiamenti climatici, l'uso più efficiente delle risorse naturali, l'industria del riciclo che trasforma i rifiuti in risorse, sono passaggi obbligati per rispondere alle emergenze ambientale, economica e sociale che dobbiamo fronteggiare su scala



Città del Vino
Associazione Nazionale



mondiale. Ma questa **straordinaria occasione di sviluppo che la Green Economy** ci offre non può prescindere da un elemento fondamentale da tutelare e valorizzare - il **territorio** - che nel nostro Paese è un enorme serbatoio di risorse naturali e culturali e deve necessariamente passare anche per una **rivisitazione in chiave verde del turismo rurale e di quello enogastronomico**, che forse più di altre tipologie di visita consentono la conoscenza e il recupero di saperi e sapori, di beni visibili e invisibili, di valori come il rispetto dei luoghi, il benessere della persona, l'integrazione delle culture. Il territorio è un'importante "vetrina" per molti prodotti che trovano nella rete ricettiva, distributiva e della ristorazione locale uno principali nodi della promozione della qualità. In questo senso l'industria alimentare contribuisce al **mantenimento dell'equilibrio idrogeologico e della biodiversità**, agisce da freno allo spopolamento delle campagne, al mantenimento del paesaggio agricolo come fattore di conservazione dell'identità rurale e di attrazione turistica, al costante miglioramento degli standard qualitativi della produzione agricola. Ovviamente tale processo non può che avvenire tutelando quanto più possibile un ambiente che è contemporaneamente patrimonio collettivo e risorsa per il sistema agroalimentare.

La Green Economy comporta anche lo sviluppo di **tutti i servizi collegati ad una agricoltura di qualità**, dalla filiera corta all'accoglienza, dai prodotti certificati ai mestieri ed all'artigianato. Significa offrire **opportunità di lavoro e quindi anche di riscatto sociale** 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. Non è un caso, tra l'altro, che da più di dieci anni l'Associazione delle Città del Vino abbia dato vita, insieme al Censis Servizi, ad un **Osservatorio sul Turismo del Vino** con il compito di monitorare ogni anno il fenomeno del turismo enogastronomico su scala nazionale analizzando il cambiamento delle abitudini dei turisti e l'evolversi delle loro necessità e capacità economiche contestualmente al **bisogno dei territori di ottimizzare economie e servizi e alle politiche di sviluppo** di un settore - quello che miscela vino, turismo, certificazione dell'offerta - che nel giro di pochi anni ha conosciuto cambiamenti, mode, nuovi dinamismi. Proprio i risultati dell'11° Rapporto sul Turismo del Vino, ricavati da sondaggi realizzati su un campione di sindaci di Comuni a "vocazione enoica" e produttori di vino di qualità, indicano che se da una parte il mercato dei turismi enogastronomici è ancora di nicchia questo significa che ci sono **forti prospettive di sviluppo**, in particolare per le offerte riguardanti i distretti



Città del Vino
Associazione Nazionale



allargati e innovativi di più recente e progressiva proposta e per quelle caratterizzate da una migliore qualità e vivibilità ambientale ed una maggiore attenzione alla certificazione degli alimenti.

Il suolo agrario è, inoltre, una **risorsa collettiva strategica** e pertanto non disponibile per altri usi. Laddove forse si confonde il fine con il mezzo (il consumo di suolo è, appunto, un “mezzo”, mentre il “fine” sono la sicurezza, le produzioni d'eccellenza, la sovranità alimentare, idrica ed energetica,...), andrebbe subito messo in evidenza che la legge deve oggi riconoscere il territorio non più e non solo come “bene pubblico” (che lo Stato, le regioni e gli enti locali possono cedere per far cassa, come sta avvenendo per molti beni demaniali), quanto piuttosto come “**bene comune**”, che non può essere venduto né usucapito, con un pensiero al **ruolo innovativo che gli usi civici** - i diritti spettanti a una collettività (e ai suoi componenti), organizzata e insediata su un territorio, il cui contenuto consiste nel trarre utilità dalla terra, dai boschi e dalle acque - potrebbero svolgere nella riqualificazione dei territori rurali. Dunque il primo passo è quello di tracciare rapidamente una **mappa nazionale del suolo agrario** e, a seguire, la realizzazione di un **mappatura interattiva dei territori vinicoli** che consenta alle aziende di visualizzare ed accedere in tempo reale a tutti i dati necessari per la conduzione sostenibile dei fondi agricoli. Questo sistema cartografico (già adottato nella Loira, in Francia, con il nome di *E-terroir*) non solo costituirebbe un importante strumento di supporto alle scelte tecniche degli agricoltori e degli enologi per stimolare il potenziale di un terreno ed ottimizzare la conduzione delle vigne e la produzione del vino; ma avrebbe anche un forte impatto in termini di risparmio energetico, impiego dei fitofarmaci (agricoltura di precisione) e controllo del territorio.

La sensibilità economica degli operatori, oltre a puntare sulla qualità dei prodotti, ha fatto sì che la tutela dell'ambiente e la valorizzazione del paesaggio siano diventate un punto di forza del sistema produttivo italiano. La struttura produttiva è molto solida ed il vigneto italiano nel complesso è realizzato secondo i **principi della vitivinicoltura più evoluta e molto vicina anche ai principi della viticoltura sostenibile**. Se poi questi valori sono anche sostenibili in relazione ai propri impatti ambientali e si mantiene il **giusto equilibrio tra regole e vincoli e un'efficiente gestione economica delle aziende**, si determina un cocktail straordinario in grado di garantire vitalità e ricchezza (materiale e immateriale) complessiva per l'intero Paese.



Città del Vino
Associazione Nazionale



E' importante **valorizzare il metodo di produzione biologico**, in quanto metodo produttivo che più di tutti fa leva sugli equilibri naturali dell'agroecosistema, che valorizza e ripristina la naturale fertilità del suolo, che promuove la **biodiversità** dell'ambiente in cui opera.

L'Associazione sostiene da tempo l'istituzione di una **Commissione nazionale per la catalogazione dei vitigni autoctoni italiani** e l'ideazione di un **progetto nazionale di tutela e valorizzazione dei vitigni autoctoni**, considerati come patrimonio culturale da tutelare, attraverso la realizzazione di campi sperimentali con il coinvolgimento dei viticoltori e dei produttori locali considerati come "custodi" dei vitigni antichi. Così come ha sempre sostenuto l'idea di difendere la qualità delle coltivazioni dalle contaminazioni da **prodotti OGM** e **l'impossibilità di una coesistenza** tra agricoltura tradizionale e quella geneticamente modificata.

Appare anche utile **promuovere l'agricoltura mista** che, uscendo dalla specializzazione, consenta di riconnettere le diverse attività produttive. Ma vanno di pari passo assicurate la **sensibilizzazione e l'informazione dei consumatori** attraverso una corretta comunicazione delle caratteristiche qualitative dei prodotti (processi produttivi, effettiva rintracciabilità, ecc.), comprensive delle performance ambientali. In tale contesto appare, inoltre, indispensabile prevenire e combattere le **agromafie e l'illegalità nel settore agroalimentare**, le pratiche fraudolente o ingannevoli ai danni del Made in Italy o comunque ogni altro tipo di operazione o attività commerciale in grado di indurre in errore i consumatori.

Dietro la spinta verso la Green Economy, la **certificazione** rappresenta uno strumento importante sia perché le aziende e i consumatori hanno bisogno di asserzioni sempre più accurate e verificabili (dichiarazioni, etichette, marchi), sia perché le asserzioni devono essere in grado di trasferire con efficacia il reale valore "green" di un prodotto (ad esempio la biodegradabilità, la % di riciclabilità, la provenienza da aree gestite in maniera sostenibile). Tali attività di normazione e di certificazione hanno tra l'altro ricadute positive in tema di **innovazione organizzativa, tecnologica e legislativa**. Anche in questo caso gli strumenti offerte dell'evoluzione della tecnologia sono molteplici: dai servizi di **tracciabilità** dei prodotti (posizione e parametri fisici di trasporto e immagazzinamento; gestione dei canali di distribuzione, per il controllo dei mercati grigi e mercati paralleli) ai servizi di **contrasto alla contraffazione** (basati su certificazione digitale ed erogati anche al consumatore tramite dispositivi telefonici di ultima generazione) fino ai servizi di comunicazione basati sulla **interazione applicativa** e con i quali è possibile inviare informazioni relative al prodotto o



Città del Vino
Associazione Nazionale



promozionali o altro direttamente al consumatore individuandone la posizione geografica in tempo reale.

Per recuperare la **cultura del progetto agro-paesaggistico** e far sì che i nuovi vigneti siano, insieme, agronomicamente validi, efficienti nella difesa idrogeologica e belli, occorre sostenere, anche economicamente, la **pianificazione comunale** affinché renda concreto **l'equilibrio tra validità agronomica e qualità paesaggistica**. A questo proposito è giusto ricordare la metodologia del **Piano Regolatore delle Città del Vino**, uno sforzo culturale multidisciplinare, teso a dare un metodo di valutazione degli interventi di gestione del territorio in un momento di grandi cambiamenti, naturali e produttivi capovolgendo la visione urbano-centrica dominante in urbanistica. Uno strumento che non si limita a contenere l'invasione della campagna da parte della città e delle sue propaggini, ma considera il suolo per i suoi valori pedologici, per la capacità di produrre alimenti e bevande di qualità e ne indaga i fattori di vulnerabilità - tra cui in primo luogo la propensione all'erosione - per conservarne la capacità produttiva nel tempo. Per questo, oltre a richiamare l'attenzione degli Amministratori di Comuni ed Enti territoriali sulla tutela delle aree di pregio per la produzione vitivinicola nonché sul recupero delle strutture edilizie connesse alla produzione e diffusione della cultura in ambito enologico e vitivinicolo, il PRCV coinvolge i produttori nella formazione del Piano, dalla condivisione delle analisi scientifiche all'individuazione delle pratiche 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 produttori, non più controparti, ma alleati preziosi e intelligenti per tutelare le risorse e il paesaggio.

Un altro punto è la **riduzione degli sprechi**. Se lo spreco è diventato uno stile di vita vanno individuati gli strumenti migliori per fronteggiare queste tendenze con efficacia, a partire da una forte azione di sensibilizzazione culturale. Il primo obiettivo da perseguire per essere sostenibili è **gestire in modo efficiente le risorse** ed evitare gli sprechi. Ciò riguarda tanto l'uso degli **input primari della filiera agroalimentare** (acqua, aria, terra ed energia) quanto quello degli **input "secondari"** (materie prime agricole, prodotti alimentari trasformati, imballaggi ecc.) i quali a loro volta hanno richiesto l'impiego di una serie di risorse per la loro produzione.

Proprio per le sue caratteristiche l'agricoltura può svolgere un ruolo fondamentale se si incentiva



Città del Vino
Associazione Nazionale



la **produzione sostenibile su piccola e media scala e la vendita diretta e in filiera corta** (vendita diretta in azienda, vendita diretta nei mercati del contadino, e-commerce di prodotti biologici e a chilometro zero), che stimolano i consumatori ad adottare comportamenti più responsabili e consapevoli. Devono, quindi, essere adottate 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**, nonché tutte le misure che possono essere adottate dagli operatori economici per favorire il **pieno utilizzo dei prodotti** e le iniziative strutturate volte a valorizzare 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.

E' importante il coinvolgimento di tutta la filiera in una riflessione orientata anche alla **tutela dei consumatori, per sostenere e promuovere un corretto stile alimentare**, per arginare alcune patologie in aumento, per studiare un paniere di prodotti selezionati per un'alimentazione sana ed equilibrata. Diffondere la **Dieta mediterranea** - ufficialmente riconosciuta dalla Fao e dall'Oms come una delle misure per combattere alcune malattie croniche e di recente riconosciuta dall'UNESCO come patrimonio mondiale dell'umanità - richiede interventi, soprattutto nelle scuole, rivolti a far conoscere i legami storici, tradizionali, culturali tra il prodotti e i territori, i principi nutritivi e gli alimenti da cui provengono, i prodotti tipici regionali come alternativa alla omologazione dei sapori e salvaguardia della biodiversità, l'alimentazione nelle altre culture, ecc. Per quanto riguarda il **vino**, in particolare, avvicinare i più giovani alla sua storia, alle tecniche di produzione, alla complessità produttiva come ricchezza e varietà di gusti, ai valori simbolici e culturali, significa **migliorarne le modalità di consumo**, recuperando tra l'altro quel fattore di controllo biologico e sociale che è rappresentato appunto dalla Dieta Mediterranea e dall'accompagnare la " bevuta" con i prodotti dal contenuto calorico funzionale ad un controllo degli effetti dell'alcol.

Occorre promuovere un modello di sviluppo rurale volto a **rigenerare un sistema agroalimentare partecipato da coltivatori ed allevatori responsabili**, capace di offrire alimenti sani e gustosi ottenuti tutelando chi li mangia, l'ambiente in cui sono prodotti e la salute di chi li produce. Può risultare per esempio importante la definizione di criteri ambientali minimi per i servizi di ristorazione collettiva e la fornitura di derrate alimentari, con l'introduzione di requisiti vincolanti per la partecipazione alle gare d'appalto delle pubbliche amministrazioni.



3. L'ANALISI DEI DATI

Al fine di fornire un quadro riepilogativo dei progetti realizzati nell'ambito della programmazione FESR e FSE nel periodo 2007-2013, dall'archivio messo a disposizione dal sito Opencoesione.it sono stati selezionati 1957 progetti, utilizzando una serie di parole chiave riconducibili ad ambiti di interesse enogastronomico o comunque riferiti ad una valorizzazione del territorio in stretta connessione con i prodotti dell'agroalimentare.

I dati sull'attuazione fanno riferimento al 31 dicembre 2011 e si riferiscono ai progetti inclusi in programmi cofinanziati con Fondi Strutturali europei, distinti tra progetti finanziati dal FSE e dal FESR. La **Tabella 1** propone i 1957 progetti estratti per parola chiave e per tipologia di finanziamento, fornendo altresì la media del finanziamento per ambito di intervento. La **Tabella 2**, fornisce invece le rispettive distribuzioni percentuali al fine di evidenziare le differenze per i diversi ambiti di attività.

Già ad una prima analisi dei progetti considerati (che, considerato lo spettro delle parole chiave utilizzate, rappresentano verosimilmente la quasi totalità delle attività legate alla promozione dei prodotti tipici ed enogastronomici del territorio) emergono una serie di importanti spunti di riflessione e cioè:

- 1) Complessivamente i 1957 progetti hanno potuto contare su un finanziamento pubblico pari a 205 milioni di euro di cui 147,4 milioni per progetti finanziati attraverso il Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale (343 progetti) e 58,5 milioni finanziati attraverso il Fondo Sociale Europeo (1614 progetti), sottolineando quindi una notevole differenza dimensionale nel ricorso ai due fondi. In media i progetti finanziati dal FESR hanno potuto contare su un contributo di 429mila euro mentre per quelli relativi al FSE il finanziamento medio è pari a poco più di 36mila, a fronte di un valore medio complessivo di 105mila euro a progetto;
- 2) Tra i **progetti finanziati dal FESR** prevalgono nettamente quelli riservati al settore agroalimentare nel suo complesso (75 progetti), che comunque presentano una media di finanziamento per progetto relativamente bassa (pari a 250mila euro) a fronte dei finanziamenti medi sulla dieta mediterranea (4 progetti per 3,7 milioni medi di finanziamento), sui prodotti biologici (3 progetti per 2,7 milioni medi) o sui prodotti IGT.



Quello che emerge è dunque un quadro molto differenziato: in alcuni casi i progetti sembrano assumere una sufficiente massa critica mentre in altri campi la dimensione è decisamente molto ridotta, spesso anche in contesti che meriterebbero una maggiore concentrazione di finanziamenti come nel caso del Vino e dell'Olio o delle DOP.

- 3) Per quanto riguarda il **FSE** il livello di frammentazione è decisamente molto elevato. Il comparto dove si registra la maggiore concentrazione di progetti è quello generico della Cucina con 27 milioni di finanziamenti per 615 progetti ed un valore medio pari a 41mila euro. Tuttavia il caso più eclatante riguarda i progetti dedicati al Pane (249 progetti per 13mila euro in media a progetto), che sembrano assomigliare più ad iniziative ludiche che a progetti di formazione funzionali alla valorizzazione delle risorse umane.
- 4) La conferma della forte frammentazione dei finanziamenti sia per il FESR che per il FSE viene dall'analisi delle distribuzioni percentuali (Tabella 2) da cui si evince che nei due comparti più rilevanti, Agroalimentare e Cucina, dove si concentra circa il 46% dei progetti, il volume di finanziamento complessivo è pari al 27% del totale;
- 5) Decisamente penalizzato il comparto della **vitivinicoltura**, al quale sono dedicati 137 progetti (considerando quelli sul Vino, sull'Uva, sui Vitigni, e sull'Enologia) per un volume di finanziamenti pari al 10% del FESR e 5,4% del FSE, indubbiamente basso se si considera che la vitivinicoltura può essere definito come uno dei comparti strategici nella promozione enogastronomica. Il deficit inoltre non è solo nella quantità di risorse investite ma anche nella densità degli investimenti, laddove si registra in particolare per le produzioni vinicole una vera e propria polverizzazione dei finanziamenti soprattutto per quanto riguarda le risorse FSE, con una media di finanziamento pari 22mila euro a progetto di gran lunga inferiore alle media complessiva (36mila euro a progetto).

Per tracciare un identikit ancora più puntuale dell'universo esaminato, è ora possibile considerare il tipo di progetto (**Tabella 3**) distinguendo tra attività che riguardano l'acquisto di beni e servizi, la concessione di contributi, gli incentivi alle imprese la realizzazione di opere o infrastrutture. Nella prima categoria rientrano 1734 progetti mentre 158 riguardano incentivi alle imprese, 46 la distribuzione di contributi e solo 21 per progetti finalizzati alla realizzazione di opere ed impianti, aspetto quest'ultimo che denota un ruolo dei progetti assai poco di carattere strutturale anche considerando quelli finanziati dal FESR.



Città del Vino
Associazione Nazionale



Un altro importante aspetto di analisi ha riguardato il finanziamento medio erogato per ciascuna delle diverse fonti di finanziamento distinguendo tra finanziamento UE, risorse complementari del fondo di rotazione, eventuali finanziamenti dello Stato, degli enti locali, della regione o “privati”, intendendo con tale termine eventuali cofinanziamenti da parte di soggetti privati. Nella **Tabella 4** per ciascuna fonte di finanziamento viene proposto il numero di progetti che ne hanno beneficiato, il valore minimo e massimo dei finanziamenti, la media delle risorse stanziare per progetto nonché la deviazione standard che fornisce una misura della variabilità tra i diversi progetti.



Tab. 1 - Progetti estratti dall'archivio Opencoessione.it per ambito di intervento del progetto (parola chiave) e tipologia di finanziamento Valori assoluti e valori medi per progetto. (Fondi Strutturali 2007-2013).

Ambiti di intervento	Progetti FESR	Progetti FSE	Totale finan. FESR	Totale finan. FSE	Totale Progetti	Totale finan.	Media finan. progetti FESR	Media finan. progetti FESR	Media finan. per progetto in totale
AGROALIMENTARE	75	139	18.781.167	9.501.111	214	28.282.278	250.416	68.353	132.160
BORGHI	12		3.400.202		12	3.400.202	283.350		283.350
CUCINA	47	651	2.511.518	27.050.474	698	29.561.991	53.437	41.552	42.352
DIETA MEDITERRANEA	4	14	14.890.302	691.845	18	15.582.147	3.722.576	49.417	865.675
DOP	25	7	14.647.982	293.469	32	14.941.452	585.919	41.924	466.920
ED.ALIMENTARE	7	54	5.352.623	2.714.874	61	8.067.496	764.660	50.275	132.254
ENOGASTRONOMIA	4	56	413.602	2.115.605	60	2.529.207	103.401	37.779	42.153
ENOLOGIA	1	19	11.827	641.042	20	652.869	11.827	33.739	32.643
GASTRONOMIA	13	165	1.319.250	2.485.869	178	3.805.119	101.481	15.066	21.377
IGP	1	4	1.936.825	206.835	5	2.143.660	1.936.825	51.709	428.732
ITINERARI	38	117	32.020.035	5.240.164	155	37.260.199	842.632	44.788	240.388
MIELE	7	14	762.848	477.968	21	1.240.816	108.978	34.141	59.086
OLIO	43	29	18.715.879	903.077	72	19.618.956	435.253	31.141	272.485
PANE	31	249	9.736.950	3.237.650	280	12.974.600	314.095	13.003	46.338
PROD.BIOLOGICI	3	11	8.310.500	431.856	14	8.742.356	2.770.167	39.260	624.454
UVA	12	9	3.744.946	768.069	21	4.513.015	312.079	85.341	214.905
VINO	19	74	10.154.618	1.683.439	93	11.838.057	534.454	22.749	127.291
VITIGNI	1	2	708.730	73.418	3	782.148	708.730	36.709	260.716
Totale complessivo	343	1.614	147.419.805	58.516.766	1.957	205.936.571	429.795	36.256	105.231

Fonte: Elaborazione Città del Vino su dati Opencoessione.it 2012



Tab. 2 - Progetti estratti dall'archivio Opencoesione.it per ambito di intervento del progetto (parola chiave) e tipologia di finanziamento Valori assoluti e valori medi per progetto. (Fondi Strutturali 2007-2013).

Etichette di riga	Progetti FESR	Progetti FSE	Totale finanziamento FESR	Totale finanziamento FSE	Totale Progetti	Totale finanziamento
AGROALIMENTARE	21,9	8,6	12,7	16,2	10,9	13,7
BORGHİ	3,5	0,0	2,3	0,0	0,6	1,7
CUCINA	13,7	40,3	1,7	46,2	35,7	14,4
DIETA MEDITERRANEA	1,2	0,9	10,1	1,2	0,9	7,6
DOP	7,3	0,4	9,9	0,5	1,6	7,3
ED.ALIMENTARE	2,0	3,3	3,6	4,6	3,1	3,9
ENOGASTRONOMIA	1,2	3,5	0,3	3,6	3,1	1,2
ENOLOGIA	0,3	1,2	0,0	1,1	1,0	0,3
GASTRONOMIA	3,8	10,2	0,9	4,2	9,1	1,8
IGP	0,3	0,2	1,3	0,4	0,3	1,0
ITINERARI	11,1	7,2	21,7	9,0	7,9	18,1
MIELE	2,0	0,9	0,5	0,8	1,1	0,6
OLIO	12,5	1,8	12,7	1,5	3,7	9,5
PANE	9,0	15,4	6,6	5,5	14,3	6,3
PROD.BIOLOGICI	0,9	0,7	5,6	0,7	0,7	4,2
UVA	3,5	0,6	2,5	1,3	1,1	2,2
VINO	5,5	4,6	6,9	2,9	4,8	5,7
VITIGNI	0,3	0,1	0,5	0,1	0,2	0,4
Totale complessivo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborazione Città del Vino su dati Opencoesione.it 2012



Tab. 3 - Progetti estratti dall'archivio Opencoessione.it per parola chiave e tipologia di attività (Fondi Strutturali 2007-2013)

	ACQUISTO DI BENI E SERVIZI		CONCESSIONE DI CONTRIBUTI AD ALTRI SOGGETTI (DIVERSI DA UNITA' PRODUTTIVE)		CONCESSIONE DI INCENTIVI AD UNITA' PRODUTTIVE		REALIZZAZIONE DI LAVORI PUBBLICI (OPERE ED IMPIANTISTICA)		Totale	
	V.A.	V%	V.A.	V%	V.A.	V%	V.A.	V%	V.A.	V%
AGROALIMENTARE	168	9,7%	9	19,6%	37	23,2%	0		214	10,9%
BORGHI	9	0,5%	0	-	1	0,6%	2	9,5%	12	0,6%
CUCINA	653	37,7%	15	32,6%	30	19,4%	0	-	698	35,6%
DIETA MEDITERRANEA	18	1,0%	0	-	0		0	-	18	0,9%
DOP	29	1,7%	2	4,3%	1	0,6%	0	-	32	1,6%
ED.ALIMENTARE	60	3,5%	1	2,2%	0		0	-	61	3,1%
ENOGASTRONOMIA	50	2,9%	1	2,2%	9	5,2%	0	-	60	3,1%
ENOLOGIA	16	0,9%	0	-	4	2,6%	0	-	20	1,0%
GASTRONOMIA	159	9,2%	1	2,2%	18	11,6%	0	-	178	9,1%
IGP	5	0,3%	0	-	0	-	0	-	5	0,3%
ITINERARI	134	7,7%	4	8,7%	3	1,3%	14	66,7%	155	7,9%
MIELE	7	0,4%	3	6,5%	11	7,1%	0		21	1,1%
OLIO	60	3,5%	2	4,3%	9	5,8%	2	9,5%	73	3,7%
PANE	259	14,9%	0	-	21	13,5%	0	-	280	14,3%
PRODOTTI .BIOLOG.	13	0,7%	0	-	1	0,6%	0	-	14	0,7%
UVA	16	0,9%	2	4,3%	2	1,3%	2	9,5%	22	1,1%
VINO	76	4,4%	6	13,0%	10	6,5%	1	4,8%	93	4,7%
VITIGNI	2	0,1%	0		1	0,6%	0		3	0,2%
Totale	1.734	100,0%	46	100,0%	158	100,0%	21	100,0%	1.957	100,0%

Fonte: Elaborazione Città del Vino su dati Opencoessione.it 2012



Tab. 4 - Progetti estratti dall'archivio *Opencoessione.it* per tipologia di finanziamento (Fondi Strutturali 2007-2013).

Valori medi in Euro di finanziamento

	Numero progetti	Minimo	Massimo	Media	Deviazione standard
FIN_UE	1.957	190	6.972.800	46.964	236.472
FIN_STATO_FONDO_ROTAZIONE	1.703	2500	6.972.800	52.454	267.584
FIN_STATO_FSC	6	63.790	207.888	144.162	53.998
FIN_STATO_ALTRI_PROVVEDIMENTI	23	300	1.710.643	196.710	470.957
FIN_REGIONE	1.078	1000	2.858.991	10.217	100.664
FIN_PROVINCIA	4	35.000	600.000	191.875	272.713
FIN_COMUNE	13	19.000	770.857	149.008	220.779
FIN_ALTRO_PUBBLICO	29	9.680	780.000	192.829	223.626
FIN_PRIVATO	289	100	2.240.285	147.226	269.784
FIN_TOTALE_PUBBLICO	1.957	2700	13.945.600	105.123	531.075
TOT_PAGAMENTI	1.311	50	11.156.480	68.594	454.571

Fonte: Elaborazione Città del Vino su dati *Opencoessione.it* 2012

Come è facile osservare le modalità di finanziamento dei progetti sono numerose ma è assai poco diffuso il cofinanziamento da parte di enti locali ed altri soggetti pubblici. Le amministrazioni locali partecipano al cofinanziamento solo in 17 casi, rispettivamente con una media di finanziamenti di 192mila euro dalla Provincia (4 casi) e 149mila dal Comune (13).

Complessivamente hanno ottenuto un finanziamento privato 289 progetti, con una media di 142mila euro di contributo. Incrociando, poi la fonte di finanziamento con gli ambiti di intervento selezionati è possibile distinguere il peso che i contributi da parte di privati hanno esercitato sulle diverse attività progettuali.

La **Tabella 5** mette in evidenza come, tra i 289 progetti finanziati anche con risorse provenienti da privati, quelli che mediamente riescono ad intercettare contributi da parte di privati sono quelli riservati alla Dieta mediterranea (865mila euro a progetto) ai prodotti biologici (624mila euro) ai DOP (466mila euro) ed IGP (428mila euro), tutti valori ampiamente superiori alla media del finanziamento da parte di privati pari a 266mila euro per progetto.



Tab. 5 - Progetti estratti dall'archivio *Opencoesione.it* per parola chiave e tipologia di finanziamento (Fondi Strutturali 2007-2013). Valori medi in Euro di finanziamento.

	FIN_UE	FIN STATO FONDO ROTAZIONE	FIN PRIVATO	FIN TOTALE PUBBLICO	Media dei pagamenti effettuati
	Media	Media	Media	Media	Media
AGROALIMENTARE	50.373	57.185	159.870	132.160	56.084
BORCHI	78.635	115.572	.	283.350	146.245
CUCINA	21.189	21.526	18.040	42.352	34.570
DIETA MEDITERR.	423.503	422.779	65.243	865.675	761.063
DOP	213.907	225.955	176.274	466.920	509.544
ED.ALIMENTARE	63.765	64.558	285.434	132.254	91.422
ENOGASTRONOMIA	20.393	19.547	81.567	42.153	22.424
ENOLOGIA	13.983	18.615	5.952	32.643	35.383
GASTRONOMIA	11.196	24.684	108.198	21.377	18.218
IGP	201.332	250.155	341.793	428.732	508.843
ITINERARI	96.622	99.370	248.959	240.388	131.377
MIELE	21.828	21.718	41.879	59.086	51.072
OLIO	121.100	131.561	244.444	268.753	127.712
PANE	22.116	22.367	150.893	46.338	27.457
PROD.BIOLOGICI	261.507	279.375	317.591	624.454	24.669
UVA	111.676	73.568	70.549	205.137	83.900
VINO	62.305	64.951	37.372	127.291	134.598
VITIGNI	128.944	19.276	296.209	260.716	186.689

Fonte: Elaborazione Città del Vino su dati *Opencoesione.it* 2012

Un'ulteriore prospettiva di analisi dei progetti riguarda l'ambito di attività secondo gli obiettivi e gli assi di intervento programmati (**Tabella 6**). Nel complesso i finanziamenti hanno sostenuto nella maggior parte dei casi (38% circa) attività finalizzate all'**Istruzione** (*interventi mirati alla promozione del successo scolastico e all'inclusione sociale in contrasto alla dispersione scolastica; azioni rivolte a migliorare gli apprendimenti degli studenti e a valorizzare le eccellenze, nonché interventi a favore del personale della scuola, come la formazione, e percorsi di istruzione per adulti*) e all'**Occupazione** (*misure attive e preventive sul mercato del lavoro, misure a favore dell'accesso all'occupazione delle donne e interventi che incoraggiano un invecchiamento attivo prolungando la vita lavorativa*), seguite a grande distanza da **Ricerca e Innovazione** (*progetti di*



Città del Vino
Associazione Nazionale



ricerca industriale e sviluppo sperimentale, sostegno dell'offerta di ricerca da parte di università e centri di ricerca, trasferimento tecnologico al mondo delle imprese, servizi avanzati alle imprese per la ricerca e l'innovazione) (9,8%).

Complessivamente questi tre assi coprono oltre l'86% dei progetti e considerando la dimensione media dei progetti, emerge, anche in questa prospettiva di analisi, la sostanziale assenza di massa critica dei progetti realizzati.

L'Istruzione, in particolare, ha interessato gli interventi nell'ambito dell'Educazione alimentare (80,3%), l'Enogastronomia (70%) e la Dieta Mediterranea (72,2%). L'Occupazione ha riguardato il Pane per il 75,4%, la Gastronomia per il 71,9% e l'Enologia per il 55,0% , tutti ambiti che, come si è visto, mostrano un livello medio di finanziamento per progetto molto basso rendendo quindi assai difficile il raggiungimento di obiettivi occupazionali significativi. Ma la distribuzione dei dati per parola chiave mostra anche che:

- la promozione dei **Borghi** è incentrata prevalentemente (nel 75% dei casi) sul rafforzamento dell'**Attrattività culturale, naturale e turistica** (*interventi rivolti alla protezione, promozione e valorizzazione delle risorse naturali e al miglioramento dei servizi turistici; interventi per la tutela e conservazione del patrimonio culturale e interventi infrastrutturali*) e in misura minore sul **Rinnovamento urbano e rurale** (*interventi nel settore infrastrutturale per la valorizzazione fisica dei luoghi con finalità turistica, per infrastrutture sociali e di rinnovamento urbano*);
- puntano invece sulla Ricerca e Innovazione i progetti dedicati ai prodotti **DOP** (71%), all'**Olio** (54%) ed ai **Vitigni** (34%);
- gli interventi che ruotano intorno al mondo del vino (**Enologia, Enogastronomia, Uva, Vino, Vitigni**) sono per lo più rivolti all'Istruzione e all'Occupazione, ma con qualche punta di coinvolgimento di attività di Attrazione culturale, naturale e turistica (Uva 14,3%, Vino 8,6%), Ambiente e prevenzione dei rischi (Uva 9,5%), Ricerca e Innovazione (Vitigni 33,3%, Uva 23,8%).

La distribuzione geografica degli interventi per valori assoluti (**Tabella 7**) vede ai primi posti il **Friuli Venezia Giulia** con un totale di 369 progetti di cui 227 dedicati al Pane e 93 alla Cucina, la **Toscana** con 227 progetti di cui 116 dedicati alla Gastronomia e 100 alla Cucina, la **Sicilia** con 226 progetti di cui 82 dedicati alla Cucina, il **Piemonte** con 218 progetti di cui 122 dedicati alla Cucina e la



Campania con 201 progetti di cui 78 dedicati alla cucina e 48 (il numero più alto tra tutte le Regioni) agli Itinerari. Colpisce che ad aver beneficiato del minor numero di finanziamenti siano due territori assai diversi tra loro: il Molise (1 progetto) e la Lombardia (4 progetti), seguiti da un gruppo di altre 6 regioni che contano meno di venti progetti, tutte rappresentative di realtà altrettanto diversificate: Abruzzo (8), Basilicata (11), Marche (17), Sardegna (12), Trentino-Alto Adige (15), Valle d'Aosta (19).

La scelta di puntare sulle **eccellenze enologiche** ha riguardato soprattutto l'**Abruzzo** dove il Vino rappresenta l'oggetto del 25% dei progetti, la **Basilicata** (18%) e la **Valle d'Aosta** e il **Veneto** (10% circa). Non hanno ritenuto di dover investire nella promozione della vitivinicoltura un nutrito insieme di regioni: Emilia Romagna, Piemonte, Lazio, Marche, Lombardia e Trentino-Alto Adige. L'**Agroalimentare** è invece al centro del 50% dei progetti in Lombardia, del 47,9% in Emilia Romagna, del 45,5% in Basilicata e del 42,6% in Umbria. La **Cucina**, protagonista dell'unico progetto finanziato in Molise, interessa più dell'80% dei progetti sardi, il 56% di quelli piemontesi e liguri, il 53,3% di quelli trentini e il 47,5% degli umbri.

La **valorizzazione dei Borghi** è particolarmente sentita nelle Marche (17,6%); **dell'Educazione alimentare** in Abruzzo e Lazio (12% circa), Campania e Calabria (10% circa); **dell'Enogastronomia** in Trentino-Alto Adige (20%) e Puglia (10,3%); della **Gastronomia** in Toscana (46,6%) e Lazio (29%); degli **Itinerari** in Lombardia (50,0%), Campania (23,9%) e Valle d'Aosta (21,1%); del **Miele** in Trentino-Alto Adige (13,3%) , Abruzzo (12,5%), Valle d'Aosta (10,5%) e Basilicata (9,1%); dell'**Olio** in Calabria (18,0%); del **Pane** in Friuli Venezia Giulia (61,5%) e Abruzzo (25%).



Tab. 6 - Progetti estratti dall'archivio *Opencoesione.it* per parola chiave e ambito di intervento (Fondi Strutturali 2007-2013). Valori %

Etichette di riga	Agenda digitale	Ambiente e prevenzione dei rischi	Attrazione culturale, naturale e turistica	Competitività per le imprese	Energia e efficienza energetica	Inclusione sociale	Istruzione	Occupazione e mobilità dei lavoratori	Rafforzamento capacità della PA	Ricerca e innovazione	Rinnovo urbano e rurale	Servizi di cura infanzia e anziani	Totale
AGROALIMENTARE	0,5%	0,0%	0,0%	1,4%	0,5%	1,4%	26,2%	39,3%	0,5%	29,9%	0,0%	0,5%	100,0%
BORGHI	0,0%	0,0%	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	16,7%	0,0%	100,0%
CUCINA	5,3%	0,0%	0,6%	0,3%	0,0%	9,0%	48,3%	33,4%	0,3%	0,0%	0,0%	2,9%	100,0%
DIETA MEDITERRANEA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%	72,2%	0,0%	0,0%	22,2%	0,0%	0,0%	100,0%
DOP	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	3,1%	0,0%	12,5%	9,4%	0,0%	71,9%	0,0%	0,0%	100,0%
ED.ALIMENTARE	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	80,3%	8,2%	0,0%	11,5%	0,0%	0,0%	100,0%
ENOGASTRONOMIA	1,7%	0,0%	3,3%	1,7%	0,0%	5,0%	70,0%	15,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%	100,0%
ENOLOGIA	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	5,0%	35,0%	55,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
GASTRONOMIA	0,6%	0,0%	1,1%	2,8%	0,0%	1,1%	10,1%	71,9%	0,0%	2,8%	0,0%	9,6%	100,0%
IGP	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	100,0%
ITINERARI	0,6%	1,3%	12,3%	0,0%	0,0%	2,6%	63,9%	8,4%	0,6%	8,4%	1,9%	0,0%	100,0%
MIELE	0,0%	0,0%	4,8%	9,5%	0,0%	4,8%	23,8%	33,3%	0,0%	19,0%	0,0%	4,8%	100,0%
OLIO	1,4%	2,8%	1,4%	0,0%	0,0%	1,4%	27,8%	11,1%	0,0%	54,2%	0,0%	0,0%	100,0%
PANE	0,4%	0,0%	0,0%	3,9%	0,0%	1,4%	12,5%	75,4%	0,0%	6,1%	0,0%	0,4%	100,0%
PROD.BIOLOGICI	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	35,7%	42,9%	0,0%	21,4%	0,0%	0,0%	100,0%
UVA	0,0%	9,5%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	38,1%	14,3%	0,0%	23,8%	0,0%	0,0%	100,0%
VINO	3,2%	0,0%	8,6%	1,1%	0,0%	2,2%	50,5%	28,0%	1,1%	4,3%	1,1%	0,0%	100,0%
VITIGNI	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Totale complessivo	2,4%	0,3%	2,5%	1,4%	0,1%	4,3%	38,2%	38,3%	0,3%	9,8%	0,3%	2,1%	100,0%

Fonte: Elaborazione Città del Vino su dati *Opencoesione.it* 2012



Tab. 7 - Progetti estratti dall'archivio *Opencoesione.it* per parola chiave e territorio (Fondi Strutturali 2007-2013). Valori assoluti

		AGRO ALIM.	BORGH	CUCINA	DIETA MEDIT.	DOP	ED. ALIMEN.	ENOGASTR.	ENOLOGIA	GASTR ON.	IGP	ITINERARI	MIELE	OLIO	PANE	PRODOTTI BIOLOGICI	UVA	VINO	VITIGNI	Totale
1	ABRUZZO	1		1			1						1		2			2		8
2	BASILICATA	5										1	1				2	2		11
3	CALABRIA	12		25	3	4	11	2		3		9	4	20	5	2	3	8		111
4	CAMPANIA	9	4	78	5	3	20	11	2	3	1	48	1	4	2	1	3	6		201
5	EMILIA-ROMAGNA	23		13		1		1		3		4			3			-		48
6	FRIULI VENEZIA GIULIA	9		93			1		1	8		3		1	227			26		369
7	LAZIO	4		7			4	2		9	1	1	1	2				-		31
8	LIGURIA	3	1	54				3	2	9		7	1	6	3	3		4		96
9	LOMBARDIA	2										2						-		4
10	MARCHE	5	3	5				1				2			1			-		17
11	MOLISE			1														-		1
12	PIEMONTE	54		122				5	7	6		5	2	2	2	3	1	9		218
13	PUGLIA	19	3	45	6	1	14	18	1	7		18	2	12	15		9	4	1	175
14	SARDEGNA			10								1						1		12
15	SICILIA	23		82	4	7	8	13	4	8		32	4	8	11	1	2	18	1	226
16	TOSCANA	3	1	100		2	1	1	3	116	1	13		4	1	1		2		249
17	TRENTINO-ALTO ADIGE			8				3				1	2		1			-		15
18	UMBRIA	26		29						2				2				2		61
19	VALLE D'AOSTA			8		2						4	2				1	2		19
20	VENETO	15		17		2				4	1	4		1	4	1		6	1	56
21	CALABRIA:::CAMPANIA						1													1
22	LAZIO:::CAMPANIA:::BASILICATA	1																		1
23	PUGLIA:::CAMPANIA																	1		1
24	SICILIA:::CALABRIA					1														1
25	Nazionale:::CALABRIA					2	1				1			8		1				13
26	Nazionale:::CALABRIA:CAMPANIA															1				1
27	Nazionale:::CAMPANIA					1								2						3
28	Nazionale:::PUGLIA:::SICILIA														1					1
28	Nazionale:::SICILIA					3								2						5
30	Nazionale:::SICILIA:::CALABRIA					1														1
31	Nazionale:::SICILIA:::CAMPANIA					1														1
	Totale complessivo	214	12	698	18	32	61	60	20	178	5	155	21	72	280	14	21	93	3	1957

Fonte: Elaborazione Città del Vino su dati *Opencoesione.it* 2012



L'ultima importante prospettiva di analisi riguarda la dimensione media dei progetti per regione o per ambito di riferimento territoriale. Come si è avuto modo di rilevare nelle pagine precedenti, i progetti che rientrano nel campo degli interventi nell'Enogastronomia, soprattutto per alcuni specifici ambiti di attività (ad esempio la Cucina, o i prodotti tradizionali come il Pane e il Vino), risultano **eccessivamente frammentati** e sembra mancare nella gran parte dei casi la necessaria massa critica per raggiungere gli obiettivi. Soprattutto per gli interventi che si propongono obiettivi nel campo dell'Occupazione, della valorizzazione delle Risorse umane o della Ricerca e Innovazione.

Sulla base di tale considerazione la **Tabella 8** fornisce una lettura della dimensione media dei progetti (in euro finanziati) per regione o per progetto multiregionale, al fine di evidenziare anche il carattere territoriale delle scelte effettuate dagli enti attuatori.

La regione che sembra aver realizzato la **maggiore concertazione e massa critica** è la **Lombardia** con una media di 1.425.991 euro a progetto (2.785.202 per i progetti finanziati con il FESR e 66.779 per quelli finanziati con il FSE), seguita - ma ad una certa distanza - dalla Sardegna, con una media di 950.249 euro a progetto (5.474.995 FESR e 45.299 FSE). **All'ultimo posto** della scala troviamo, invece, il **Friuli Venezia Giulia** con una media di 10.154 euro a progetto (329.930 FESR e 8.412 FSE), preceduto dalla Valle d'Aosta per la quale è rilevabile solo la media a progetto relativamente ai finanziamenti FSE (17.853 euro) e dall'Umbria con una media di 45.751 (25.732 FESR e 25.732 FSE).

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** - sia di quelle destinate a programmi di sviluppo regionale e di potenziamento della competitività sia di quelle dedicate alla promozione della coesione economica e sociale - in un numero eccessivo di "piccoli" interventi, che non possono non limitarsi ad avere un'altrettanto ridotta efficacia o a restare a livello sperimentale. Se a queste criticità si aggiungono il fatto che frequentemente la spesa italiana dei finanziamenti europei non è stata "aggiuntiva" ma sostitutiva della spesa nazionale, 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 e una spesso insufficiente integrazione territoriale e funzionale, è facile evidenziare la conseguente **difficoltà a garantire modelli gestionali adeguati** a promuovere e sostenere processi di sviluppo locali.

Tab. 8 - Progetti estratti dall'archivio *Opencoesione.it* per parola chiave e territorio (Fondi Strutturali 2007-2013).

Media dei finanziamenti per progetto (valore del Totale in ordine decrescente)

	Valori medi dei progetti	FESR	FSE	Totale
23	PUGLIA::CAMPANIA	8741295		8741295
26	Nazionale::CALABRIA::CAMPANIA	5227500		5227500
31	Nazionale::SICILIA::CAMPANIA	2128825		2128825
27	Nazionale::CAMPANIA	1834365		1834365
9	LOMBARDIA	2785202	66779	1425991
24	SICILIA::CALABRIA	1088000		1088000
28	Nazionale::PUGLIA::SICILIA	1022676		1022676
14	SARDEGNA	5474995	45299	950249
25	Nazionale::CALABRIA	917735		917735
30	Nazionale::SICILIA::CALABRIA	903400		903400
21	CALABRIA::CAMPANIA	894196		894196
29	Nazionale::SICILIA	922103	295739	796830
22	LAZIO::CAMPANIA::BASILICATA	765065		765065
3	CALABRIA	474035	46512	239090
5	EMILIA-ROMAGNA	605552	55151	181285
4	CAMPANIA	264119	58692	112860
7	LAZIO	463635	70685	108712
13	PUGLIA	236541	47604	105253
15	SICILIA	196969	70347	96120
20	VENETO	52497	99757	90474
10	MARCHE	219044	26078	82833
8	LIGURIA	477272	36596	82500
2	BASILICATA		68077	68077
12	PIEMONTE	164240	35861	65306
11	MOLISE		49523	49523
1	ABRUZZO	77493	25880	45235
17	TRENTINO-ALTO ADIGE/SUDTIROL		38993	38993
16	TOSCANA	541901	13150	36509
18	UMBRIA	45751	25732	27045
19	VALLE D'AOSTA/VALLÉE D'AOSTE		17853	17853
6	FRIULI VENEZIA GIULIA	329930	8412	10154
	Totale complessivo	429212	36216	105231

Fonte: Elaborazione Città del Vino su dati *Opencoesione.it* 2012



4. LE LINEE PROGETTUALI DELLE CITTA' DEL VINO

Alla luce delle considerazioni fin qui svolte, l'Associazione nazionale delle Città del Vino ritiene di poter indicare in linea generale due linee progettuali:

- **Concentrare i progetti** finanziati dalle politiche regionali di coesione per aumentarne l'impatto sulle economie locali, sulla produzione e sull'occupazione giovanile, attraverso: 1) 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; 2) la destinazione di una parte delle risorse a progetti promossi dalle associazioni di enti locali e dalle associazioni di prodotto.
- **Valorizzare l'esistente**, attraverso: 1) la raccolta e analisi dei progetti finanziati dai Fondi strutturali negli ambiti di sua competenza (vitivinicoltura, agroalimentare, turismo), per la realizzazione di un database affidabile circa l'uso di tali fondi e la conseguente valutazione della loro efficacia e replicabilità; 2) l'identificazione delle buone prassi sulla base di criteri comuni predefiniti quali modelli per la progettazione delle politiche e degli interventi; 3) lo sviluppo e la disseminazione dei migliori interventi già realizzati.

In particolare tre sono le aree tematiche affrontate nel Documento del Ministro Barca sulle quali l'Associazione ritiene di poter dare il proprio contributo per l'individuazione delle azioni da mettere in pratica: *"Agenda digitale (Migliorare l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, nonché l'impiego e la qualità delle medesime)"*, *"Competitività dei sistemi produttivi (promuovere la competitività delle piccole e medie imprese, il settore agricolo e il settore della pesca e dell'acquacoltura)"* e *"Tutela dell'ambiente e valorizzazione delle risorse culturali e ambientali (tutelare l'ambiente e promuovere l'uso efficiente delle risorse)"*.

4.1. AGENDA DIGITALE

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

- 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.

4.2. COMPETITIVITÀ DEI SISTEMI PRODUTTIVI

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

- 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).

3) 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.



- 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 km 0 (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 km zero**, con una particolare attenzione al rilancio di produzioni agricole di qualità alla base della dieta mediterranea, organizzati con il modello del franchising per 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



Città del Vino
Associazione Nazionale



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

- 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

- 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).

4.3. TUTELA DELL'AMBIENTE E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE CULTURALI E AMBIENTALI

Gestione del ciclo dei rifiuti e dei servizi idrici

Incentivare l'uso efficiente delle risorse 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 redistribuire 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

Incentivare azioni finalizzate 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 (Itervitis, 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.



Associazione Nazionale Città del Vino

L'Associazione nazionale Città del Vino opera dal 1987 per la promozione e la valorizzazione delle risorse ambientali, paesaggistiche, culturali, storiche e turistiche dei Comuni legati a produzioni vitivinicole di qualità, sostenendoli nel loro sviluppo economico e sociale. Collabora con i principali enti pubblici e associazioni di categoria, ambientaliste e culturali per diffondere la cultura della qualità, del rispetto per l'ambiente e del benessere alimentare e partecipa alla gestione di progetti europei per lo sviluppo del turismo enogastronomico.

Per lo svolgimento delle sue attività si avvale di **Ci.Vin srl**, società di servizi che svolge anche il ruolo di casa editrice multimediale sui temi di interesse dell'Associazione. E' socia di **Recevin** - La Rete Europea delle Città del Vino e socia fondatrice sia dell'**Associazione Internazionale Iter Vitis** - Il cammino della vite e del vino sia dell'Associazione **Res Tipica Anci**, la rete delle associazioni di prodotto italiane.

Nel 1998 ha elaborato il **Piano Regolatore delle Città del Vino**, mettendo a disposizione dei Comuni uno strumento urbanistico di sostegno a politiche di sviluppo economico fondate sulle reali vocazioni vitivinicole e di attenta salvaguardia ambientale dei territori. Dal 1998 il 10 agosto insieme al Movimento Turismo del Vino organizza **Calici di Stelle**, una manifestazione nazionale che riempie centinaia di piazze italiane nella notte di San Lorenzo per brindare alle stelle cadenti. Nel 1999 ha creato l'**Osservatorio sul Turismo del Vino**, che ogni anno - in collaborazione con il Censis Servizi Srl - pubblica un rapporto con l'obiettivo di monitorare su scala nazionale il fenomeno del turismo enogastronomico in Italia ed offrire agli enti locali e alle imprese uno strumento di orientamento per lo sviluppo del settore. Dal 2000 organizza il concorso enologico internazionale **La Selezione del Sindaco**, l'unica manifestazione che prevede la partecipazione congiunta dell'Azienda (che produce il vino) e del Comune (in cui sono localizzate le vigne). Ha dato vita nel 2005 al **Centro Studi e Servizi Strade del Vino e dei Sapori** come struttura di supporto informativo e formativo all'attività delle Strade del Vino, e nel 2012 a **Città del Vino Lab**, scuola-laboratorio di formazione e attivazione di buone pratiche al servizio dei Comuni del vino.

In occasione dei suoi primi 25 anni di attività ha profondamente rinnovato **Statuto e Regolamento** per diventare sempre più strumento operativo a disposizione dello sviluppo e della promozione dei territori a vocazione vinicola. All'Associazione possono aderire: in qualità di **Soci ordinari** Comuni, Province, Comunità montane, Unioni Comunali, Associazioni di Comuni e Regioni; in qualità di **Soci sostenitori**: Camere di Commercio, Pro-Loco, Consorzi di Tutela Vini, Strade del vino e dei sapori, Consorzi turistici, Enti Parco, Patti Territoriali, Gruppi di Azione Locale, Gruppi di Azione Costiera, Distretti rurali e turistici, Sistemi Turistici Locali, Poli d'Innovazione, Intese programmatiche d'area, Agenzie Turistiche Locali e le Associazioni o altri soggetti che abbiano finalità promozionali enoturistiche, affini e coerenti con quelle dell'Associazione.

Pietro Iadanza, *Presidente Associazione nazionale Città del Vino*

Paolo Benvenuti, *Direttore Generale Associazione nazionale Città del Vino e Presidente Associazione Internazionale Iter Vitis*

Giampaolo Pioli, *Presidente Ci.Vin srl*

Paolo Corbini, *Vice Direttore Città del Vino, Direttore Editoriale Terre del Vino, Vice Presidente Ci.Vin srl*