



DECALOGO DEL CONNUBIO VIRTUOSO TRA VINO E PAESAGGIO

Convegno Paesaggi del vino; valori, esperienze, rischi, opportunità. Roma, 25 ottobre 2018



DECALOGO DEL CONNUBIO VIRTUOSO TRA VINO E PAESAGGIO

Convegno *Paesaggi del vino; Paesaggi del vino; valori, esperienze, rischi, opportunità.. Roma, 25 ottobre 2018*
(www.catap.eu/convegno-paesaggi-del-vino-roma-25-10-2018)

1. **Promuovere in modo integrato, ogni volta possibile, le qualità dei vini con quelle dei loro luoghi di produzione**
2. **Oltre alle aziende interessate, anche organizzazioni e istituzioni hanno un ruolo nello sviluppo connubi virtuosi tra vini e paesaggi**
3. **Anche chi assapora i buoni vini (turisti eno-gastronomici, chi compra bottiglie di qualità) può dare contributi importanti nel miglioramento dei connubi tra vini e paesaggi**
4. **Oltre ai buoni vini, promuovere anche i buoni cibi ad essi abbinabili e/o generati nei territori di appartenenza**
5. **Oltre ai buoni vini, promuovere anche i prodotti del territorio ad essi associato**
6. **La qualità del paesaggio viti-vinicolo presuppone anche bassi impatti sull'ambiente da parte delle aziende produttrici ed un uso corretto dei terreni**
7. **Sviluppare ove possibile relazioni positive tra aree viti-vinicole e città**
8. **Aumentare le conoscenze tecniche e scientifiche sul rapporto tra vino e paesaggio, le consapevolezze, le condivisioni**
9. **Migliorare l'informazione e la comunicazione sui connubi tra vino e paesaggio, con gli strumenti tradizionali e sfruttando le opportunità offerte dai nuovi media**
10. **Assumere la sostenibilità ambientale, economica e sociale come criterio generale di guida**

NOTE

1. **Promuovere in modo integrato, ogni volta possibile, le qualità dei vini con quelle dei loro luoghi di produzione** - La qualità del vino è legata anche a quella dei vigneti da cui derivano, del loro terroir, dei paesaggi di cui fanno parte. I luoghi e gli itinerari che li attraversano riflettono valori speciali aggiuntivi: beni culturali e naturali, paesaggi storici, monumenti e siti illustrativi della storia locale, presentando elementi di identità il cui riconoscimento arricchisce l'apprezzamento dei vini in essi prodotti.
2. **Oltre alle aziende produttrici del vino, anche le organizzazioni interessate e le istituzioni hanno un ruolo importante nello sviluppo di connubi virtuosi tra vini e paesaggi** - I soggetti coinvolti nella qualità del rapporto tra vini e luoghi sono molteplici: in primo luogo le aziende vitivinicole, ma anche le diverse organizzazioni interessate (di settore, del turismo eno-gastronomico, della protezione dell'ambiente e del paesaggio), le istituzioni locali e sovralocali. I ruoli sono complementari ai fini di una valorizzazione di prodotti e luoghi, e tutti devono poter fornire il loro contributo positivo.
3. **Anche chi assapora i buoni vini (i turisti eno-gastronomici, chi compra bottiglie di qualità) può dare contributi importanti nel miglioramento dei connubi tra vini e paesaggi** - Ai visitatori di un'area vitivinicola deve essere fornita un'esperienza di alta qualità che comprenda, oltre a quella del vino, quella delle relazioni dirette con i produttori e la loro capacità di accoglienza e anche quella della qualità dei luoghi di produzione. Nello stesso tempo i turisti eno-gastronomici devono avere rispetto per i luoghi e per il lavoro che ha portato alla produzione dei vini che degustano, esercitando un turismo sostenibile e responsabile e promuovendo a loro volta le esperienze più gratificanti che hanno vissuto.
4. **Oltre ai buoni vini, promuovere anche i buoni cibi ad essi abbinabili e/o generati nei territori di appartenenza** - Congiuntamente ai vini occorre promuovere anche i cibi ad essi associati, non solo sul piano degli abbinamenti del gusto ma anche in quanto prodotti in loco secondo la tradizione, privilegiando le produzioni biologiche e naturali locali e rifiutando prodotti manipolati geneticamente. Si produce così anche un vantaggio eco-territoriale: percorsi e mete del turismo eno-gastronomico sono molto spesso localizzati nelle aree interne, meno frequentate rispetto a quelle del turismo di massa, svantaggiate sul piano sociale ed economico perchè poco note e più difficilmente raggiungibili, che spesso subiscono gli abbandoni da parte degli abitanti.
5. **Oltre ai buoni vini, promuovere anche i prodotti del territorio ad essi associato** - Occorre aumentare i benefici apportati all'economia locale dal turismo del vino e dei suoi paesaggi, non solo con le valorizzazioni dei vini e dei cibi associati, ma anche orientando gli acquisti dei visitatori verso prodotti locali di qualità: articoli di artigianato, prodotti agricoli tradizionali, esperienze legate a sagre ed eventi della tradizione. Un turismo che sfrutti tali opportunità, anche in forme di destagionalizzazione rispetto a quelle del turismo di massa, può contribuire a rivitalizzare aree collinari-montane fragili, trattenendo sul territorio i giovani non solo per coltivare viti e fare vino o cibi speciali, ma anche per gestire l'accoglienza e per organizzare tutti i servizi connessi all'ospitalità.
6. **La qualità del paesaggio viti-vinicolo presuppone anche bassi impatti sull'ambiente da parte delle aziende produttrici ed un uso corretto dei terreni** - Le aziende coinvolte devono puntare non solo alla qualità migliore possibile dei vini prodotti, ma anche alla salute dei luoghi di produzione: evitare o almeno minimizzare gli impatti ambientali negativi delle attività produttive

sui luoghi (impatti da consumi di natura, di acqua, di energia ed in generale di ambiente; da fragilità indotte nei suoli; da sostanze potenzialmente pericolose, da rifiuti, da traffico) anche avvalendosi dei contributi più aggiornati della ricerca scientifica.

7. **Sviluppare ove possibile relazioni positive tra aree viti-vinicole e città** - Si deve perseguire, là ove possibile, una valorizzazione del rapporto tra paesaggi della vite ed insediamenti urbani e periurbani. Devono essere ricercate, ove ve ne siano le condizioni, occasioni di riconoscimento identitario per i cittadini delle aree urbane e periurbane fondate sull'intreccio con un'agricoltura che comprenda anche le vigne. Il valore culturale e sociale dei vigneti per la rigenerazione delle città può essere elevato in rapporto agli insediamenti residenziali, in particolare nei progetti per quartieri della periferia.
8. **Aumentare le conoscenze sul rapporto tra vino e paesaggio, le consapevolezze, le condivisioni** - Il raggiungimento di risultati positivi nel rapporto tra vino e paesaggio passa anche attraverso una sempre migliore conoscenza dei fattori di qualità esistenti, sia enologici che paesaggistici ed ambientali. Occorre innalzare la "coscienza" dell'importanza del turismo tra i produttori del mondo enogastronomico. Occorre a tal fine investire nella formazione di figure professionali competenti in campo enogastronomico. Un ruolo essenziale è quello della ricerca scientifica su aspetti strategici quali le modalità di trattamento dei vigneti meno impattanti, il riconoscimento e l'applicazione delle potenzialità dei microrganismi simbiotici, nonché delle migliori risposte ai cambiamenti climatici in corso. A loro volta le conoscenze devono poter essere tradotte in consapevolezze e condivisioni da parte di tutti i soggetti coinvolti.
9. **Migliorare l'informazione e la comunicazione sui connubi tra vino e paesaggio, con gli strumenti tradizionali e sfruttando le opportunità offerte dai nuovi media** - Diventa importante incentivare un confronto pratico e costruttivo tra i vari attori del settore (istituzioni, produttori, operatori del settore turistico,...) proponendo l'idea di "brand territoriale", creando immagini coordinate e innalzando così il valore percepito del territorio stesso e di tutto ciò con cui è collegato. Non solo i turisti, ma anche chi beve un buon vino lontano dai luoghi di produzione dovrebbe poter essere messo in condizione di apprezzare i luoghi ed i paesaggi di origine. Si devono a tal fine promuovere le informazioni capaci di suscitare emozioni integrate anche attraverso ciò che accompagna il vino al di fuori dei luoghi di produzione di tipo tradizionale (etichette, packaging, opuscoli e pubblicazioni, media tradizionali ecc.) e sfruttando le opportunità offerte da nuovi strumenti quali ad esempio quelli della "realtà aumentata".
10. **Assumere la sostenibilità ambientale, economica e sociale come criterio generale di guida** . Il vino, il paesaggio, le relazioni tra produttori e fruitori hanno un ruolo importante nella vita delle persone, e concorrono ad un ambiente complessivo di vita, in parte ora compromesso ma potenzialmente recuperabile attraverso percorsi di sviluppo sostenibile. La sostenibilità deve essere ambientale (ad esempio occorre evitare rischi da sovrassfruttamento in terreni fragili), ma anche economica (le coltivazioni devono poter essere sufficientemente redditive per i produttori) e sociale (buoni connubi tra vini e paesaggi possono costituire fattori di coesione ed identità locale). Il ruolo delle istituzioni di governo del territorio è fondamentale - per quanto di loro competenza - ai fini di un corretto uso dei terreni fertili evitando nuovi consumi e da assetti monoculturali che aumentano la fragilità dei suoli e banalizzano biodiversità e paesaggio. Connubi positivi tra vini e paesaggi possono costituire importanti occasioni nel perseguimento dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile, in particolare ai fini dell'Obiettivo 2 (... *migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile*) e dell'Obiettivo 15 (*Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre* ...).

IL PERCORSO DI REDAZIONE

Il Decalogo è il risultato del seguente percorso:

- Presentazione di una prima proposta, da parte del Comitato organizzatore, al **Convegno «Paesaggi del vino: Valori, esperienze, rischi, opportunità» (Roma, 25 ottobre 2018)**, organizzato da CATAP (Coordinamento Associazioni Tecnicoscientifiche per l'Ambiente ed il Paesaggio) e Società Geografica Italiana
- Perfezionamento con gli interventi in sede di Tavola rotonda al Convegno e contributi successivi da parte degli esperti coinvolti.
- Redazione del presente Decalogo entro il 2018. Non si escludono, ove vi sia l'interesse ed in forme da concordare anche con altri esperti ed altre organizzazioni, versioni successive ulteriormente perfezionate rispetto alla presente.

Il Gruppo di esperti che ha partecipato al percorso precedente è stato il seguente::

Comitato organizzatore del Convegno : Sergio Malcevschi (*Coordinatore CATAP, Associazione Analisti Ambientali*), Giuseppe Gisotti (*CATAP, Società Italiana di Geologia Ambientale*), Rossella Belluso (*Segretario Generale Società Geografica Italiana onlus*), Silvano Agostini (*Società Italiana di Geologia Ambientale*), Roberto Ajassa (*Associazione Italiana Naturalisti*), Mirella Di Giovine (*Sapienza Università di Roma*), Federica Larcher (*Società Italiana di Ecologia del Paesaggio, Centro Studi per lo sviluppo rurale della collina dell'Università di Torino*), Giuliano Sauli (*Associazione Italiana per l'Ingegneria Naturalistica*), M.Cristina Tullio (*Associazione Italiana Architettura del Paesaggio*)

Esperti della Tavola rotonda: Claudia Sorlini (*Vicepresidente Touring Club Italiano*), Roberto Gaudio (*Presidente CERVIM - Centro di Ricerca per la Viticoltura di Montagna*), Cinzia Coduti (*Coldiretti, Area Ambiente e Territorio*), Nicola D'Auria (*Presidente Movimento Turismo del Vino*), Paolo Corbini (*Vicedirettore Associazione Città del Vino*), Enrico Rivella (*ARPA Piemonte*), Edoardo Corbucci (*Federazione Italiana Dottori in Agraria e Forestali*), Giorgia De Pasquale (*Ente Parco Nazionale di Pantelleria*)