



Vi.A
Strada dei vigneti alpini
Route des vignobles alpins
Interreg V-A Francia – Italia ALCOTRA 2014-2020
Progetto n. 1540

***Le comunità dei vini DOC e DOCG della Città Metropolitana di Torino.
Inquadramento territoriale e analisi dei valori condivisi***

Rapporto di Ricerca IRES Piemonte

referimento all'attività del progetto:

Attività 4.1 – Studio delle specificità della viticoltura alpina e appropriazione dei valori comuni



Il rapporto, concluso il 22 gennaio 2019, restituisce gli esiti dell'approfondimento che IRES Piemonte ha svolto per conto della Città Metropolitana di Torino nell'ambito del progetto *ALCOTRA V.i.A.-Strada dei vigneti alpini*. Capofila del progetto è la Città Metropolitana di Torino. Gli altri partner sono: Conseil Savoie Mont Blanc (CSMB), Comune di Pomaretto, Comune di Carema, Communauté de Communes Cœur de Savoie (CCCS), Grand Lac Communauté d'Agglomération, Savoie Mont Blanc Tourisme, Institut Agricole Régional CERVIM, RAVA-DARNCF Région Autonome de la Vallée d'Aoste.

Il progetto *V.i.A.-Strada dei vigneti alpini* opera in tre ambiti strategici: i valori comuni e la formazione degli operatori; la riabilitazione del paesaggio; la promozione turistica. Le finalità sono quelle dell'analisi: del mercato enoturistico e delle strategie di marketing nei territori vitivinicoli tra Savoia, Valle d'Aosta e Piemonte; delle eccellenze paesaggistiche da conservare o recuperare (in particolare i vigneti terrazzati e su pendio); delle connessioni socio-antropologiche, storiche, economiche che fondano l'immagine della viticoltura locale per promuovere la diffusione e condivisione dei valori comuni dei territori viticoli. In questo quadro, IRES si è focalizzato sulle questioni dell'identità territoriale e valoriale legata al vino, investigata attraverso il concetto di comunità del vino (wine community).

Il rapporto è realizzato da: F. Ferlaino (coordinatore scientifico e curatore del Rapporto); L. Lella (raccolta e elaborazione dati; realizzazione questionari/interviste; analisi e stesura del rapporto); F.S. Rota (realizzazione questionari/interviste; analisi e stesura del rapporto).

Per le interviste ai produttori e operatori del comparto vitivinicolo si ringraziano: Cooperativa agricola Agricoopetto, Cooperativa Agricola Agriforest, Azienda vitivinicola Balbiano, Azienda frutticola Castagnè Gros, Azienda agricola Cieck, Azienda agricola Beltramo Marco, Cantina Produttori Nebbiolo di Carema, Cantina della Serra, Cantine Briamara, Casa Ronsil Vini, Castello di Azeglio, Cella Grande, Cantina sperimentale del centro Bonafous, Cooperativa Produttori Erbaluce di Caluso, Azienda Agricola Daniele Coutandin, Cantine Crosio, Consorzio di Tutela e Valorizzazione delle DOC Freisa di Chieri e Collina Torinese, Consorzio Produttori Terre del Ramè, I Frutti Della Collina az. agricola "Dai Dellerba", Azienda vitivinicola Ferrando, Azienda agricola Il Grappolo di Giacone Daniele, Azienda agricola Giovanetto Adriano, Cantina Gnavi, Azienda agricola Isiya, Azienda agricola 'L Garbin, Azienda vitivinicola L'Autin, Società agricola Bea, Azienda agricola vitivinicola La Rivà, Azienda agricola Le Marie, Azienda agricola Le Masche, Azienda agricola Cantina Massoglia, Azienda agricola Martina, Azienda agricola Occitania, Azienda agricola Orsolani, Azienda agricola Pozzo, Azienda vitivinicola Rossotto, Azienda agricola Rubatto Enrico, Scuola Malva Arnaldi, Azienda agricola vitivinicola Silva, Vignaioli Piemonte (ex Cantina Sociale Terre del Pinerolese).

Per le interviste agli esperti delle politiche legate al vino si ringraziano: Arpa Piemonte (E. Rivella, L. Bugnone), la manifestazione "Calici sotto le Stelle" (D. Lucca), la Camera di Commercio di Torino (S. Arnoldi), la Città Metropolitana di Torino (E. Di Bella, A. Rinaldi), il Comune di Baldissero Torinese (Sindaco B. Todesco), il Comune di Pomaretto (Sindaco D. Breusa; Ass. M. Enrica Bounous), il Comune di Agliè (Sindaco M. Succio), l'Enoteca Regionale Vini della Provincia di Torino (sommellier), l'Istituto SiTI del Politecnico di Torino (M. Valle, P. Borlizzi, S. Soldano), il Progetto *ALCOTRA A.p.p.Ver.* (Città Metropolitana di Torino, CIA-Confederazione Italiana Agricoltori Provincia Torino, Federazione Coldiretti Torino), la Proloco di Caluso (D. Gamarro), Eclectica (F. Beccaria).

Si ringraziano inoltre i colleghi di IRES Piemonte e i partner del Progetto *ALCOTRA V.i.A.-Strada dei vigneti alpini* per gli utili spunti ricevuti.

© 2019 IRES
Istituto di Ricerche Economico Sociali del Piemonte
Via Nizza 18 -10125 Torino

www.ires.piemonte.it

INDICE

1 – INTRODUZIONE	7
2 – ANALISI DELLA LETTERATURA	9
3 - PRESUPPOSTI E METODOLOGIA	11
4 - LE REGIONI OGGETTO DI INDAGINE	13
5 - LA ZONA OMOGENEA N.5 PINEROLESE	19
5.1 IN SINTESI	19
5.2 I DATI	19
5.3 APPROFONDIMENTO STATISTICO E CARTOGRAFICO	21
6 - LA ZONA OMOGENEA N.6 VALLI DI SUSÀ E SANGONE	29
6.1 IN SINTESI	29
6.2 I DATI	29
6.3 APPROFONDIMENTO STATISTICO E CARTOGRAFICO	31
7 - LA ZONA OMOGENEA N.7 CIRIACESE E VALLI DI LANZO	39
7.1 IN SINTESI	39
7.2 I DATI	39
7.3 APPROFONDIMENTO STATISTICO E CARTOGRAFICO	41
8 - LA ZONA OMOGENEA N.8 CANAVESE OCCIDENTALE	49
8.1 IN SINTESI	49
8.2 I DATI	49
8.3 APPROFONDIMENTO STATISTICO E CARTOGRAFICO	52
9 - LA ZONA OMOGENEA N.9 EPOREDIESE	61
9.1 IN SINTESI	61
9.2 I DATI	61
9.3 APPROFONDIMENTO STATISTICO E CARTOGRAFICO	64
10 - LA ZONA OMOGENEA N.10 CHIVASSESE	73
10.1 IN SINTESI	73
10.2 I DATI	73
10.3 APPROFONDIMENTO STATISTICO E CARTOGRAFICO	76
11 - LA ZONA OMOGENEA N.11 CHIERESE CARMAGNOLESE	85
11.1 IN SINTESI	85
11.2 I DATI	85
11.3 APPROFONDIMENTO STATISTICO E CARTOGRAFICO	88

12 – I VITIGNI NELLE AREE DI PRODUZIONE DOC/ DOCG	97
13 - IDENTIFICAZIONE DELLE COMMUNITIES DEL VINO	101
13.1 LE INTERVISTE E I QUESTIONARI	101
13.2 IL CAMPIONE ANALIZZATO: PRODUTTORI E ESPERTI	102
13.3 IL LEGAME VINO-TERRITORIO	105
13.4 LA PERCEZIONE DEI VALORI LEGATI AL VINO	107
13.5 LA PERCEZIONE DELLE AREE CORE E BUFFER	108
13.6 QUANTO E COME INVESTIRE IN ENOTURISMO; FREQ RISPOSTE PER AREA DOC E VALUTAZIONE	111
13.7 LE INIZIATIVE ENOTURISTICHE	112
13.8 IL CAMPIONE ANALIZZATO: I TURISTI	113
13.9 L'IMPORTANZA DEL VINO PER IL TERRITORIO NELLA PERCEZIONE DEI TURISTI	114
13.10 CONSAPEVOLEZZA GEOGRAFICA DELLA TIPICITÀ DEI VINI NELLA PERCEZIONE DEI TURISTI	114
13.11 APPREZZAMENTO GEOGRAFICO E CRITERI DI SCELTA NELLA PERCEZIONE DEI TURISTI	115
14 - L'ANALISI SWOT	117
15 - LE GEOGRAFIE EMERGENTI DELLE COMUNITÀ DEL VINO	125
ALLEGATI	129
ALLEGATO 1 REPERTORIO ICONOGRAFICO DEI COMUNI DI PRODUZIONE DOC E DOCG	129
ALLEGATO 2 REPERTORIO FOTOGRAFICO DEI COMUNI DI PRODUZIONE DOC E DOCG	131
ALLEGATO 3 REPERTORIO CARTOGRAFICO DEI COMUNI DI PRODUZIONE DOC E DOCG	137
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	143

Elenco delle sigle e degli acronimi

Ab = Abitanti

AIT = Ambiti Territoriali Integrati (Piano Territoriale Regionale, Regione Piemonte)

AP = Ambiti di Paesaggio (Piano Paesaggistico Regionale, Regione Piemonte)

CMTo = Città Metropolitana di Torino

CSU = Consumo di suolo urbanizzato

CSC = Consumo di suolo complessivo

DCR = Deliberazione del Consiglio Regionale

DOC = Denominazione di Origine Controllata

DOCG = Denominazione di Origine Controllata e Garantita

Ha = Ettari

ICT = Information and Communication Technologies

IGP = Indicazione di Origine Protetta

IRES = Istituto di ricerche Economiche e Sociali

IRPEF = Imposta sul Reddito Persone Fisiche

ISTAT = Istituto Statistico Nazionale

Km = Chilometri

Kmq = Chilometri quadrati

PAI = Piano Assetto Idrogeologico

POP = Popolazione

Pop sparsa = Residenti in nuclei e/o case sparse (Istat)

PPR = Piano Paesaggistico Regionale

RT = Rifiuti Totali

RU = Rifiuti Urbani

SAT = Superficie Agricola Totale

SAU = Superficie Agricola Utilizzata

SIA = Socio-Economico, Infrastrutturale e Ambientale (schema IRES)

SiTI = Istituto Superiore sui Sistemi Territoriali per l'Innovazione

Slm = Sopra il livello del mare

St = Superficie territoriale

SWOT = Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (schema)

TMP = Tempo medio di permanenza (turisti)

UL = Unità Locali (ASIA)

UP = Unità di Paesaggio (Piano Paesaggistico Regionale, Regione Piemonte)

Vi.A. = Vigneti Alpini

ZO = Zone Omogenee (Città Metropolitana di Torino)

1 – Introduzione

Presupposto della ricerca è che nelle zone di coltivazione dei **vigneti alpini** - aree montane spesso isolate, sviluppate su pendii impervi e toccate da marginalizzazione socioeconomica - si realizzino modi peculiari di costruire comunità.

Comunemente, la prevalenza degli studi che si occupa di viticoltura alpina - ed "eroica" in modo specifico - si concentra sulle dinamiche di tipo agricolo-agronomico (caratteristiche clivometriche e dei suoli, terroir, ecc.) e economico-paesaggistiche (coltivazione, produzione e commercializzazione dei vini).

La **viticoltura "eroica"** in particolare è descritta nella letteratura come una viticoltura:

- o più "difficile" (per le condizioni climatiche più rigide e variabili, per la pendenza e la composizione pietrosa dei terreni, per la limitata accessibilità ecc.);
- o meno diffusa¹ e meno consolidata (piccoli produttori che lavorano piccoli lotti frammentati e vendono su piccoli mercati di nicchia, vini che in assenza di adeguate tecniche di vinificazione sono aspri e spigolosi, poco adatti a soddisfare i gusti attuali dei consumatori);
- o più isolata (in altitudine e anche rispetto alla pianura urbanizzata che rappresenta il principale snodo commerciale e di vendita del vino prodotto);
- o non meccanizzata e meno redditizia (piccoli quantitativi/volumi a fronte di costi unitari mediamente più elevati);
- o che svolge un ruolo chiave nella connotazione e salvaguardia del paesaggio alpino (vitalità e integrità; freno all'abbandono e allo spopolamento delle montagne);
- o adatta a realizzare prodotti di alta qualità e genuinità (grazie alla natura più incontaminata dei suoli e delle acque).

Una parte crescente di studi tratta anche questioni legate alla promozione di questo particolare tipo di viticoltura (politiche e progetti di valorizzazione enoturistica). Mentre le analisi di tipo culturale e sociale, focalizzate in particolare sulle rappresentazioni, pratiche, valori, relazioni e progettualità che ruotano attorno ai vigneti alpini, sono ancora piuttosto residuali. Così come assenti sono studi che si pongano la questione di distinguere tra viticoltura alpina e eroica. Sono la stessa cosa? Al fine della promozione enoturistica, è utile introdurre una distinzione?

Il primo risultato che si persegue in questo rapporto è quindi quello di un **inquadramento territoriale** a partire da aspetti di tipo sia sociale ed economico, che infrastrutturale-insediativo e ambientale-paesaggistico (cfr. approcci "SIA" e "Antenne" sviluppati da IRES Piemonte per l'analisi territoriale). In secondo luogo, nel rapporto si analizza come, all'interno delle diverse regioni del vino, si producano **sistemi radicati di valori** utilizzabili per. Secondo questa impostazione, la peculiarità dei contesti in cui si realizza la viticoltura alpina o eroica si traduce in un sistema peculiare di caratteristiche e valori che distinguono dal resto della produzione regionale e che possono essere efficacemente letti attraverso il concetto di **comunità del vino**.

Declinare il concetto di comunità - molto diffuso tanto nell'analisi sociologica e antropologica, quanto in quella economica e territoriale - a partire dal prodotto vino, permette infatti di rispondere a molti degli interrogativi e dei presupposti del progetto **ALCOTRA V.i.A.-Strada dei vigneti alpini**. In più, dal punto di vista metodologico, la natura multidimensionale del concetto di

¹ Le superfici vitate in montagna sono l'8,1% del totale regionale: 3.836,21 ha di cui 1.427,51 in provincia di Asti; 1.232,7; in provincia di Alessandria; 700,2 in provincia di Cuneo; 428,3 in provincia di Torino; 25,8 nel VCO e 21,6 in provincia di Biella.

comunità ben si adatta a un tipo di analisi che vuole contemplare aspetti economici e tecnici, insieme con aspetti territoriali, antropologici, sociologici e progettuali.

È un concetto, tra l'altro, molto simile al concetto di *terroir*, usato in Francia, cioè una zona geografica delimitata in cui esistono condizioni naturali, fisiche, chimiche e climatiche che permettono la realizzazione di un vino specifico o di una produzione che ne identificano e caratterizzano la territorialità (Laville, 1993; Delfosse, 1997). Ma mentre in Francia l'accento è posto sul milieu fisico - e nel caso del vino sulla distinzione *terrain* e *terroir*, il primo più di natura pedologica e il secondo geografica - in Italia è piuttosto il milieu sociale, identitario, a informare prioritariamente il concetto di comunità.

Per quel che attiene la struttura del rapporto, il lavoro si articola in tre sezioni.

A una **prima parte** dedicata a illustrare i presupposti teorico-metodologici dell'analisi (capitoli 1-4) segue una **seconda parte** (capitoli 5-11) di approfondimento statistico e cartografico sulle regioni del vino DOC DOCG della Città Metropolitana di Torino, lette nel confronto con le rispettive Zone Omogenee di appartenenza (Pinerolese, Valli di Susa e Sangone, Ciriacese e Valli di Lanzo, Canavese Occidentale, Eporediese, Chivassese, Chierese-Carnagnolese).

La **terza parte** è dedicata in modo specifico all'identificazione e all'analisi delle comunità locali del vino. In essa è quindi contenuta l'analisi delle interviste e delle risposte ai questionari realizzati con produttori, consorzi ed esperti locali; oltre a un'analisi SWOT delle regioni DOC e DOCG della Città metropolitana di Torino (CMTo), quali basi territoriali per il rafforzamento o la costruzione delle locali comunità del vino.

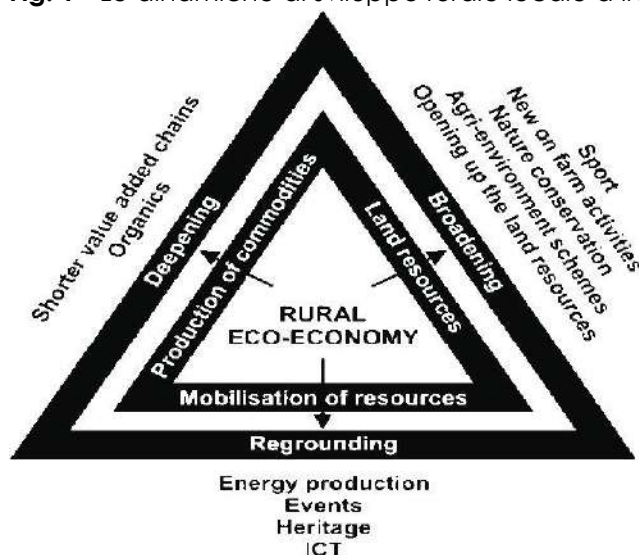
2 – Analisi della letteratura

Per capire come un prodotto agroalimentare tipico e di qualità, quale il vino a marchio DOC e DOCG, contribuisca alla promozione enoturistica e allo sviluppo dei territori della Città Metropolitana di Torino (cfr. obiettivi del progetto *ALCOTRA V.i.A.-Strada dei vigneti alpini*), come primo passaggio si è realizzata una rassegna della letteratura a partire dai concetti di:

- sviluppo territoriale, letto attraverso il modello SLoT-Sistema Locale Territoriale;
- sistema agroindustriale;
- comunità e processi di community building.

Il fine è identificare i principali aspetti strutturanti le *comunità del vino*, che arricchiscono il tradizionale modello SLoT, formato dalla combinazione tra un sistema di dotazioni locali, una rete di attori locali e le relazioni che legano dotazioni e attori con le reti sovralocali (Dematteis, 1989). Ne è emerso un quadro articolato di valori, materiali e immateriali, che si costruiscono attorno alla produzione e al consumo del vino, al cui interno ricadono anche particolari **pratiche locali** e **meccanismi di autoregolazione**.

Fig. 1 - Le dinamiche di sviluppo rurale locale a livello di impresa



Fonte: Kitchen e Marsden, 2006:85 (cit. in Sonnino, Kanemasu e Marsden, 2008)

Per esempio, lo studio curato da Beccaria (2016) sottolinea come la pratica tradizionale della produzione di vino in un dato territorio faciliti l'affermarsi di peculiari modelli di consumo e, nello specifico, peculiari *drinking patterns*, con effetti positivi anche dal punto di vista della minore diffusione di malattie/dipendenze legate all'alcol. Il vino viene consumato dagli abitanti delle regioni viti-vinicole spesso in modo precoce, ma quasi sempre in contesti protetti, come avviene nei pasti di famiglia, e quindi all'interno di riti sociali istituzionalizzati, che ne limitano l'eccesso². In altri studi, si insiste invece molto sul ruolo dei processi di co-costruzione di valori, significati e immagini/rappresentazioni che si attivano in questi territori e che concorrono a costruire una percezione negativa dell'ebbrezza, irrispettosa del valore del vino come prodotto culturale locale.

² Sul consumo di vino come esperienza culturale virtuosa, momento di socializzazione e valorizzazione di un prodotto locale si rimanda a Beccaria e Rolando (2016). Per la socializzazione del consumo di vino, inteso come processo attraverso cui una generazione trasmette meccanismi di regolazione del consumo alle generazioni successive si vedano, oltre a Beccaria e Rolando (2016), Bandura (1977) e Velleman (2009).

Portato alle estreme conseguenze, questo approccio potrebbe anche portare a dimostrare che al fine dell'identificazione di una comunità del vino, le caratteristiche di autenticità/tradizionalità del prodotto vino e della sua filiera non rappresenti necessariamente il prerequisito più importante. Giaccaria e Colombino (2010), per esempio, ritengono che ad essere importane sia soprattutto la narrazione che si costruisce attorno alla **qualità del prodotto del territorio**, più che le sue effettive origini (autenticità) e la realizzazione attraverso tecniche tradizionali³.

Rispetto alle finalità del progetto si assume una definizione operativa di **comunità del vino** mirata a identificare per un dato territorio ***l'insieme degli attori e delle dotazioni che, partecipando attivamente a formare il contesto locale, contribuiscono a crearne una narrazione basata sulla cultura del vino (sulla sua produzione, trasformazione, fruizione, comunicazione), nonché sulle pratiche e i valori ad esso connessi.***

Nonostante spesso abusato e trattato in modo acritico (Titz Cannon e Kruger, 2018), il concetto di comunità con i suoi corollari (dal basso, locale, radicato, place-based, ecc.) presenta degli indubbi vantaggi rispetto alle finalità del progetto. Come insegna l'esperienza Olivetti, ci sono territori storicamente segnati da importanti pratiche di comunità, in cui il ricorso al concetto di comunità continua ad essere una strategia positiva di sviluppo, attraverso cui incrementare la partecipazione, l'autoorganizzazione e il rafforzamento degli attori locali, nel rispetto delle diversità. Un modo per rendere il concetto di comunità più operativo è declinarlo con riferimento alla specifica dinamica che si vuole investigare (Sonnino, Kanemasu e Marsden, 2008), ossia, nel caso qui trattato, ai sistemi di produzione viti-vinicola della CMT0 e alla loro valorizzazione entro processi di sviluppo locale. Il concetto di comunità ha infatti un forte potere evocativo basato sull'idea di un comune modo di vivere (Brint, 2001). Può quindi essere utilmente adottato in progetti che perseguano l'obiettivo della promozione enoturistica congiuntamente allo sviluppo locale.

L'omogeneità non né un prerequisito né un obiettivo della comunità, e quindi nemmeno un fine delle politiche di sviluppo locale che da essa muovono (Gilchrist e Taylor, 2016). Inoltre, non tutti i territori devono o possono organizzarsi nella forma di una comunità. La World Bank a questo riguardo si è espressa in modo molto netto: "l'idea che tutte le comunità abbiano uno stock di capitale sociale che possa essere agevolmente imbrigliato è del tutto naïve" (Mansuri e Rao, 2013: 287, nostra traduzione). Al contrario occorrerebbe utilizzare il concetto di comunità con maggiore realismo, ammettendo che "le comunità, comunque costituite, possano dover fronteggiare problemi significativi di coordinamento, informazione asimmetrica, e squilibri, che ne limitano la capacità di risposta ai fallimenti di mercato e del sistema di governo" (Mansuri e Rao, 2013: 287). Inoltre, rispetto al concetto di paesaggio, in cui l'elemento fisico è preponderante, il concetto di comunità del vino assegna maggiore rilevanza agli attori e loro pratiche ed è più ampio non solo perché include anche asset immateriali - ad esempio know-how, accoglienza, politiche..., che nel concetto di paesaggio trovano poco spazio - ma anche perché attribuisce rilievo al contributo temporaneo di soggetti esterni. Si pensi ai turisti: fondamentali nella costruzione e riproduzione dell'immagine della community.

³ L'autenticità/tradizionalità dei vigneti è invece alla base del processo Unesco di riconoscimento del valore paesaggistico dei territori vitivinicoli Langhe, Roero e Monferrato. Dalla documentazione per la Candidatura (SiTi, 2012) si legge che "Il valore dei territori Langhe-Roero Monferrato non risiede solo nel forte e indiscusso ruolo sociale ed economico della produzione vinicola, ma soprattutto nella rilevanza dello straordinario paesaggio di quest'area, modellato attraverso i secoli sulla locale cultura del vino.

3 - Presupposti e metodologia

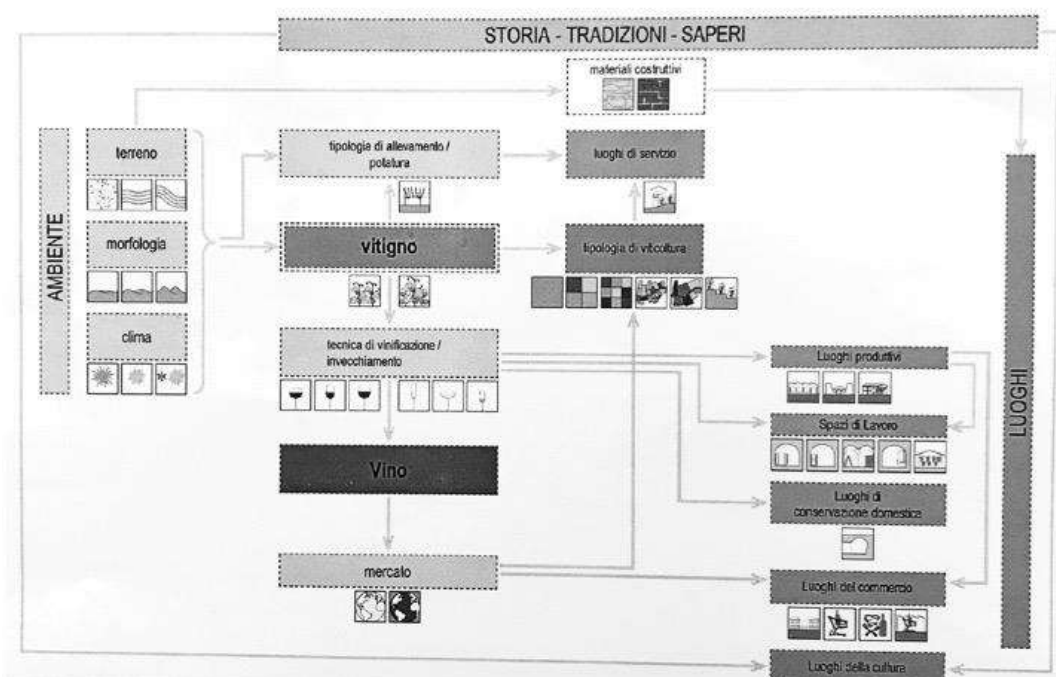
Per quel che attiene la delimitazione delle aree di analisi, come prima cosa si è deciso di includere nello studio non solo i comuni della Città Metropolitana di Torino che, interessati dalla produzione vini DOC e DOCG, presentano connotati più propriamente "alpini" (montani, eroici ecc.), sia i comuni di tipo collinare, assumibili come termini di 'confronto'.

Il passaggio successivo è consistito nella verifica delle partizioni vitivinicole già esistenti.

Si è così appurato che nel processo di candidatura Unesco dei territori Langhe, Roero e Monferrato, il metodo di delimitazione si era basata in modo preponderante su valutazioni di tipo paesaggistico e sulla valorizzazione degli areali vitati maggiormente integri, omogenei e autentici, ossia rappresentativi della tradizione vitivinicola locale (SiTI, 2012). Il risultato è una delimitazione "campionaria" ritagliata sulla selezione di poche aree circoscritte (core), inglobate all'interno di aree di pertinenza più ampie (buffer) riferibili alle medesime Unità di paesaggio (UdP) delle aree core.

Rispetto alle finalità del progetto Vi.A., e in particolare rispetto alla delimitazione delle comunità del vino, l'approccio presenta elementi di indubbio interesse (in particolare, molto interessante è lo schema concettuale utilizzato per l'identificazione del patrimonio Unesco; Fig. 2), ma difficilmente applicabile. Ai sensi del Piano Paesaggistico Regionale (PPR) del Piemonte i confini delle Unità di paesaggio, infatti, non rispettano le partizioni comunali sulla cui base sono prodotte tutte le principali statistiche territoriali e renderebbe quindi molto difficile la costruzione del quadro di inquadramento territoriale.

Fig. 2 - Schema concettuale per l'identificazione del patrimonio Unesco Langhe-Roero Monferrato



Fonte: SiTI, 2012

In più, si tratta di un metodo di delimitazione che risponde a finalità solo parzialmente sovrapponibili con quelli del presente studio e che dedica troppa poca attenzione alla rappresentazione formale e informale del territorio (racconti, scritti, pubblicazioni, percezioni,

mappe mentali, pubblicità, materiali promozionali, mostre, repertori cinematografici, fotografici, ecc.) e alla dimensione pianificatoria (piani e progetti).

Alla luce di ciò si è quindi proceduto nel seguente modo:

- come aree di indagine si sono considerate le regioni formate dai comuni che producono le uve designate con una medesima denominazione di qualità (DOC e DOCG). Le denominazioni di qualità che coinvolgono i territori della CMT0 sono in totale sette⁴ (da ovest verso est): Pinerolese, Valsusa, Canavese, Carema, Erbaluce di Caluso, Collina Torinese, Freisa di Chieri;
- queste regioni sono state quindi analizzate nelle loro componenti socio-economiche ambientali, infrastrutturali e territoriali in virtù sia della loro appartenenza a una specifica Zona omogenea (ZO) della CMT0, sia della distinzione altimetrica tra montagna, collina e pianura. Per ogni ZO è stata quindi istituita una comparazione tra i comuni vitivinicoli (ricadenti nelle regioni vitivinicole DOC/DOCG di cui al punto precedente) e il resto della ZO;
- attraverso una campagna di interviste/questionari e la raccolta di dati ulteriori, le regioni vitivinicole sono state infine “verificate” in termini di *community del vino* e della loro articolazione intera (ad esempio rispetto all'esistenza di aree *core* e *buffer* o di relazioni 'privilegiate' tra comuni).

Sempre dal punto di vista metodologico, si è ritenuto corretto assumere come oggetto di studio l'intero sistema socioeconomico che ruota attorno al vino (Colombino e Giaccaria, 2010), includendo anche aspetti non direttamente connessi con la vinificazione, ma fondamentali per la comprensione dei processi di *community building* che si strutturano attorno a questo prodotto. E per non escludere nessun elemento, si è considerato il prodotto vitivinicolo comprensivo sia dei vitigni e delle uve (che tanta parte hanno nella costruzione del paesaggio), sia dei vini e dei distillati della vite. Soprattutto nel caso del vino i legami tra consumo e produzione che si attivano a livello locale-territoriale sono tali da sconsigliare il loro trattamento separato. Per esempio, nel caso di produzioni agroalimentari “minori” e “marginali”, sono frequenti sia i casi di auto consumo, sia i casi di produttori che offrono servizi di degustazione e ristorazione. In generale, tanto nell'industria turistica quanto in quella enogastronomica il vino è sempre più di frequente proposto come ambasciatore del territorio e mezzo per una sua fruizione esperienziale.

L'idea di sistema agrogastronomico chiama in causa una serie eterogenea di asset: i saperi tradizionali degli agricoltori, la conoscenza esplicita fornita da consulenti professionisti e centri di ricerca o servizio; il *sentiment* comune dei residenti; l'immagine esterna dei turisti; la valorizzazione commerciale dei prodotti alla costruzione e promozione della *food culture*.

Dopo decenni di *deterritorializzazione* oggi assistiamo a una fase di *riterritorializzazione* dell'agricoltura, ossia di recupero di quella relazione verticale con il terreno/*terroir*, andata in gran parte persa per effetto del ricorso intensivo alla chimica, alla meccanizzazione e all'estensione delle filiere commerciali. In altre parole, oggi è in atto un profondo rinnovamento concettuale e empirico del rapporto tra territorio e sistema agroalimentare che porta alla rivalorizzazione delle competenze topiche sviluppate nei secoli dalle comunità locali e alla sperimentazione di nuove forme (territorializzate) di economia rurale a partire dai concetti di agricoltura biologica e biodinamica, multifunzionalità, filiera corta, sviluppo rurale sostenibile.

⁴ Cfr. sito della Regione Piemonte [agri_quality](#) e disciplinari.

4 - Le regioni oggetto di indagine

Punto di partenza per l'identificazione delle regioni di indagine sono stati i disciplinari dei vini DOC e DOCG della CMT0: DOC Pinerolese, DOC Valsusa, DOC Canavese, DOC Carema, DOCG Erbaluce di Caluso, DOC Collina Torinese, DOC Freisa di Chieri.

- Per i vini della denominazione **DOC "Pinerolese"**⁵ si considerano 32 Comuni della CMT0 (Angrogna, Bibiana, Bobbio Pellice, Bricherasio, Buriasco, Campiglione Fenile, Cantalupa, Cavour, Cumiana, Frossasco, Garzigliana, Inverso Pinasca, Luserna San Giovanni, Lusernetta, Macello, Osasco, Pinasca, Pinerolo, Perosa Argentina, Pomaretto, Porte, Perrero, Pramollo, Prarostino, Roletto, Rorà, San Germano Ghisone, San Pietro Val Lemina, San Secondo di Pinerolo, Torre Pellice, Villar Pellice, Villar Perosa; ZO di riferimento n.5 Pinerolese) più i Comuni di Bagnolo Piemonte (CN) e Barge (CN). Per la specificazione "Pinerolese" Ramie i Comuni interessati sono: Pomaretto e Perosa Argentina (ZO di riferimento n.5 Pinerolese);
- Per i vini della denominazione **DOC Valsusa**, i Comuni della CMT0 interessati sono 19 (Almese, Borgone di Susa, Bruzolo, Bussoleno, Caprie, Chianocco, Chiomonte, Condove, Exilles, Giaglione, Gravera, Mattie, Meana di Susa, Mompantero, Rubiana, San Didero, San Giorio di Susa, Susa, Villarfocchiardo; la ZO di riferimento è la n.6 Valli di Susa e Sangone).
- Per i vini della denominazione **DOC Canavese**⁶, i Comuni della CMT0 interessati sono 99 (Aglie, Albiano d'Ivrea; Alice Superiore, Andrate, Azeglio, Bairo, Baldissero Canavese, Balangero, Banchette, Barbania, Barone, Bollengo, Borgiallo, Borgofranco d'Ivrea, Borgomasino, Burolo, Busano, Cafasse, Caluso, Candia Canavese, Caravino, Carema, Cascinette d'Ivrea, Castellamonte, Castelnuovo Nigra, Chiaverano, Chiesanuova, Ciconio, Cintano, Collettero Castellnuovo, Collettero Giacosa, Corio, Coassolo, Cossano Canavese, Cuceglio, Cuornè, Favria, Feletto, Fiorano Canavese, Forno Canavese, Front, Germagnano, Ivrea, Lanzo Torinese, Lessolo, Levone, Lorzane, Lugnacco, Lusigliè, Maglione, Mazzè, Mercenasco, Montalenghe, Montalto Dora, Nomaglio, Oglanico, Orio Canavese, Ozegna, Palazzo Canavese, Parella, Pavone Canavese, Pecco, Perosa Canavese, Pertusio, Piverone, Pont Canavese, Prascorsano, Pratiglione, Quagliuzzo, Quassolo, Quincinetto, Rivara, Rivarolo Canavese, Romano Canavese, Salassa, Salerano, Samone, San Carlo Canavese, San Colombano Belmonte, San Giorgio Canavese, San Giusto Canavese, San Martino Canavese, San Ponso, Scarmagno, Settimo Rottaro, Settimo Vittone, Strambinello, Strambino, Tavagnasco, Torre Canavese, Valperga, Vauda Canavese, Vestignè, Vialfrè, Vidracco, Villareggia, Vische, Vistrorio; ZO di riferimento n.6 Valli di Susa e Sangone e n.7 Ciriacese e Valli di Lanzo) più i Comuni vercellesi di Alice Castello e Moncrivello e quelli biellesi di Cavaglià, Dorzano, Roppolo, Salussola, Viverone, Zimone (BI);

⁵ La denominazione di origine controllata "Pinerolese" è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti dal disciplinare di produzione dei vini: "Pinerolese" rosso, "Pinerolese" rosato, "Pinerolese" Barbera, "Pinerolese" Bonarda, "Pinerolese" Freisa, "Pinerolese" Dolcetto, "Pinerolese" Doux d'Henry, "Pinerolese" Ramie.

⁶ La denominazione di origine controllata "Canavese" è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti dal disciplinare di produzione per le seguenti tipologie, specificazioni aggiuntive o menzioni: "Canavese" rosso, "Canavese" rosso novello, "Canavese" rosato, "Canavese" rosato spumante, "Canavese" bianco, "Canavese" bianco spumante, "Canavese" Barbera, "Canavese" Nebbiolo.

- Per i vini della denominazione **DOC "Carema"**⁷ il solo Comune interessato è Carema (ZO di riferimento n.9 Eporediese);
- Per i vini della denominazione **DOCG "Erbaluce di Caluso" o "Erbaluce"**⁸ i Comuni della CMTTo interessati sono 32 (Agliè, Azeglio, Bairo, Barone Canavese, Bollengo, Borgomasino, Burolo, Caluso, Candia Canavese, Caravino, Cossano Canavese, Cuceglio, Ivrea, Maglione, Mazzè, Mercenasco, Montalenghe, Orio Canavese, Palazzo Canavese, Parella, Perosa Canavese, Piverone, Romano Canavese, San Giorgio Canavese, San Martino Canavese, Scarmagno, Settimo Rottaro, Strambino, Vestignè, Vialfrè, Villareggia, Vische; ZO di riferimento: n.8 Canavese occidentale, n.9 Eporediese e n.10 Chivassese) più i comuni di Moncrivello (VC) e Roppolo, Viverone, Zimone (BI);
- Per i vini della denominazione **DOC "Collina Torinese"**⁹ i Comuni della CMTTo interessati sono 28 (Andezeno, Arignano, Baldissero Torinese, Brozolo, Brusasco, Casalborgone, Castagneto Po, Castiglione Torinese, Cavagnolo, Chieri, Cinzano, Gassino Torinese, Lauriano, Marentino, Mombello di Torino, Moncalieri, Montaldo Torinese, Monte da Po, Moriondo Torinese, Pavarolo, Pecetto Torinese, Pino Torinese, Riva presso Chieri, Rivalba, San Raffaele Cimena, San Sebastiano da Po, Sciolze, Verrua Savoia; ZO di riferimento: n.10 Chivassese con un minimo coinvolgimento della n.3 AM Sud, con Moncalieri, e n.11 Chierese Carmagnolese, con Sciolze);
- Per i vini della denominazione **DOC Freisa di Chieri**¹⁰ i Comuni della CMTTo interessati sono 13 (Chieri, Pecetto Torinese, Pino Torinese, Pavarolo, Baldissero Torinese, Montaldo Torinese, Mombello Torinese, Andezeno, Arignano, Moriondo Torinese, Marentino, Riva presso Chieri, Torino¹¹; ZO interessata è la n.11 Chierese Carmagnolese con un minimo coinvolgimento della ZO n.1 Torino).

Come si evince anche dalla figura che segue (Fig. 3), nella CMTTo le ZO a rilevante connotazione vitivinicola di qualità sono sette: 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 (non si considerano le ZO 1, 2, 3 e 4 perché non coinvolte o coinvolte in modo marginale).

⁷ La denominazione di origine controllata "Carema" è riservata ai vini rossi che rispondono alle condizioni ed ai requisiti prescritti dal disciplinare di produzione per le seguenti tipologie e menzioni: "Carema", "Carema" riserva.

⁸ La denominazione di origine controllata e garantita "Erbaluce di Caluso" o "Caluso" è riservata ai vini bianchi che rispondono alle condizioni ed ai requisiti prescritti dal disciplinare di produzione per le seguenti tipologie e menzioni: "Erbaluce di Caluso" o "Caluso", "Erbaluce di Caluso" spumante o "Caluso" spumante, "Erbaluce di Caluso" passito o "Caluso" passito, "Erbaluce di Caluso" passito riserva o "Caluso" passito riserva.

⁹ La denominazione d'origine controllata "Collina Torinese" è riservata ai vini che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti nel disciplinare di produzione per le seguenti tipologie: "Collina Torinese" rosso, "Collina Torinese" rosso novello, "Collina Torinese" Barbera, "Collina Torinese" Bonarda, "Collina Torinese" Malvasia, "Collina Torinese" Pelaverga o Cari.

¹⁰ La Denominazione di Origine Controllata "Freisa di Chieri" è riservata ai vini rossi che rispondono alle condizioni ed ai requisiti stabiliti nel disciplinare di produzione per le seguenti tipologie, specificazioni aggiuntive o menzioni: "Freisa di Chieri" Secco; "Freisa di Chieri" Superiore; "Freisa di Chieri" Dolce; "Freisa di Chieri" Frizzante; "Freisa di Chieri" Spumante.

¹¹ Comune di Torino limitatamente alla Regione San Luca, Regione Eremo, Regione Santa Margherita, Parco di Villa Genero, Regione Villa della Regina.

Fig. 3 - Regioni di produzione di uve per vini DOC DOCG, confronto con ZO e Province
 Fonte: elaborazione IRES (L. Lella)

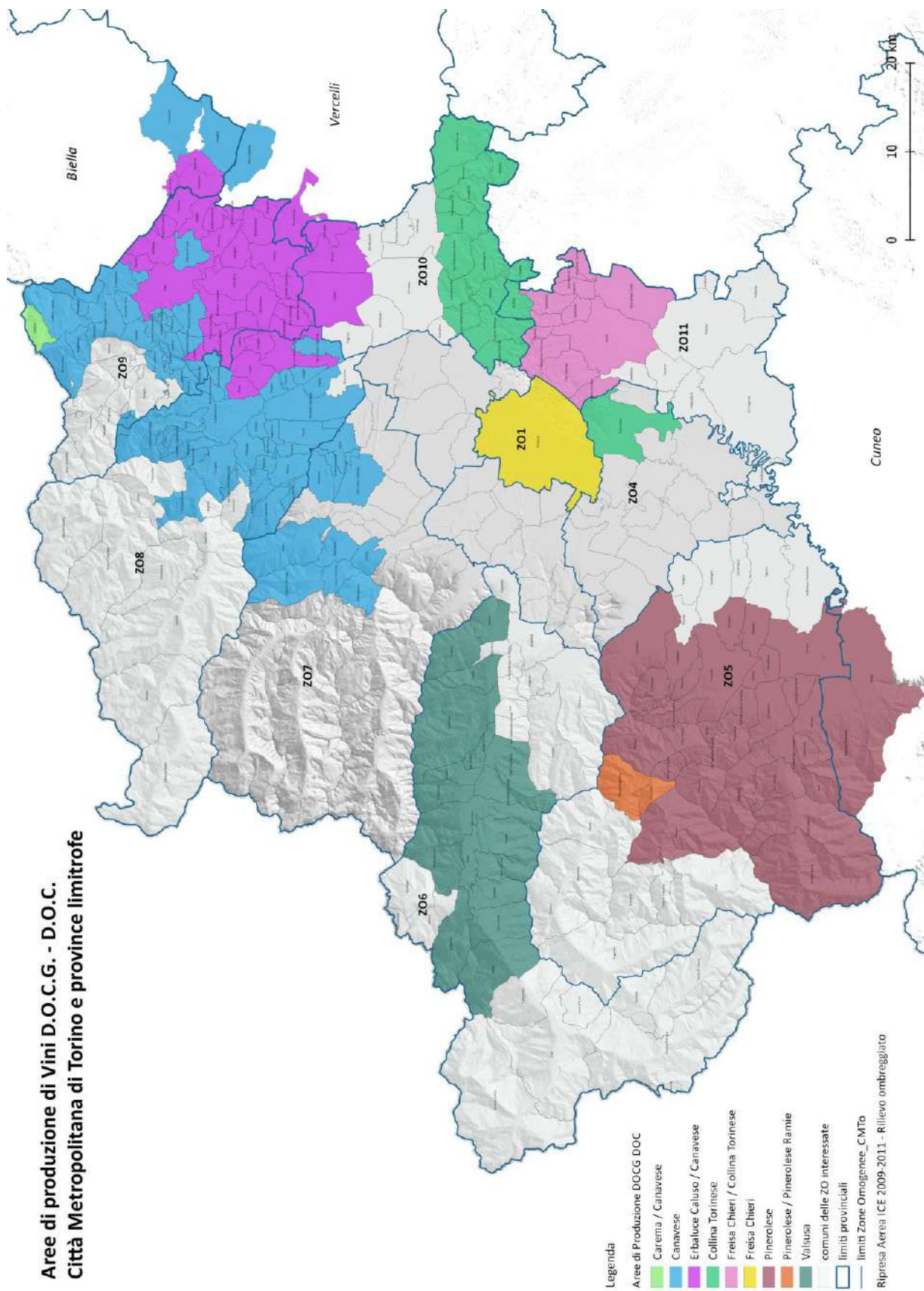
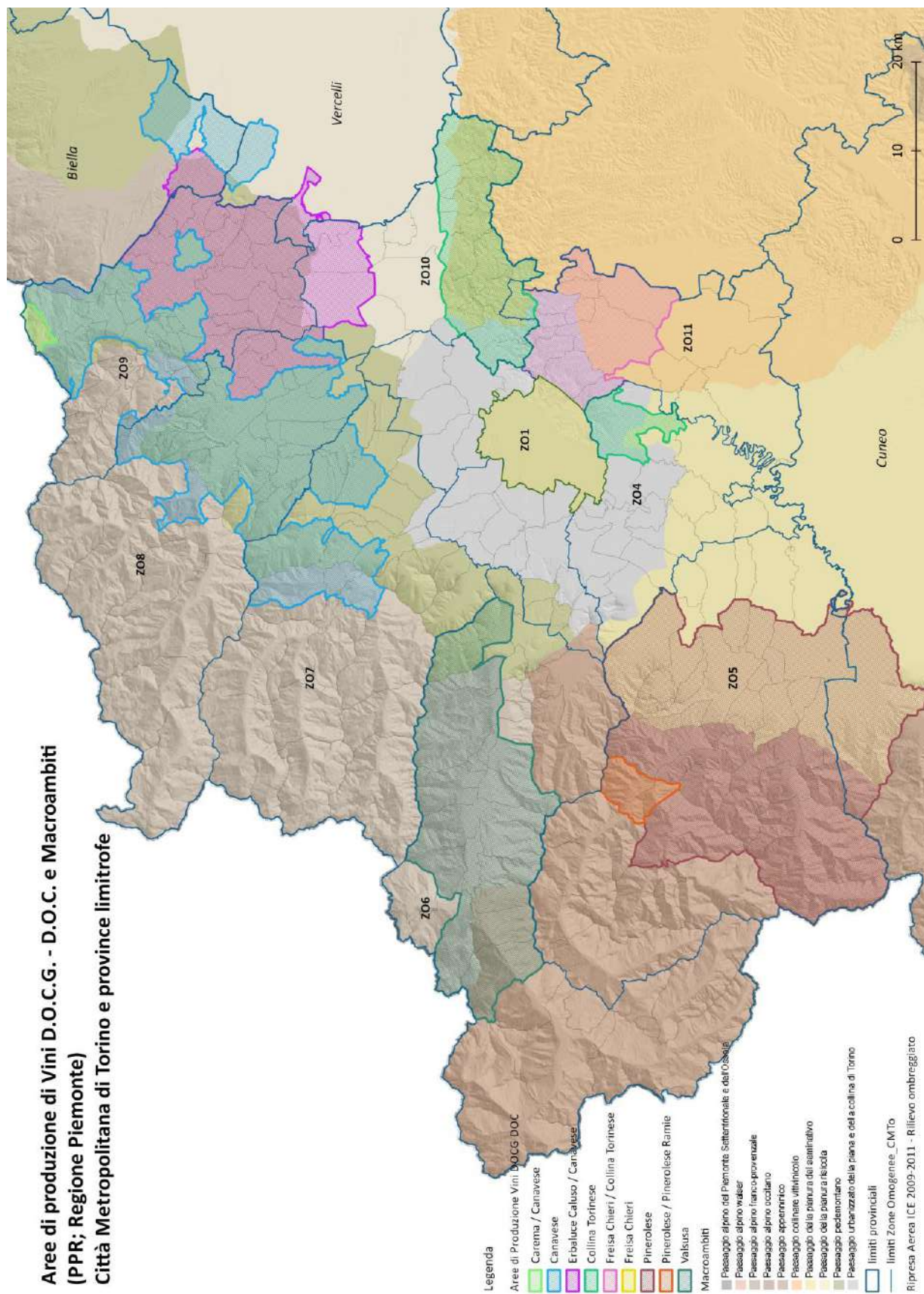


Fig. 4 - Regioni di produzione di uve per vini DOC DOCG, confronto con AP (PPR)

Fonte: elaborazione IRES su dati PPR Regione Piemonte (L.Lella)



Tab.1 - Comuni di produzione di uve per vini DOC DOCG della CMT0

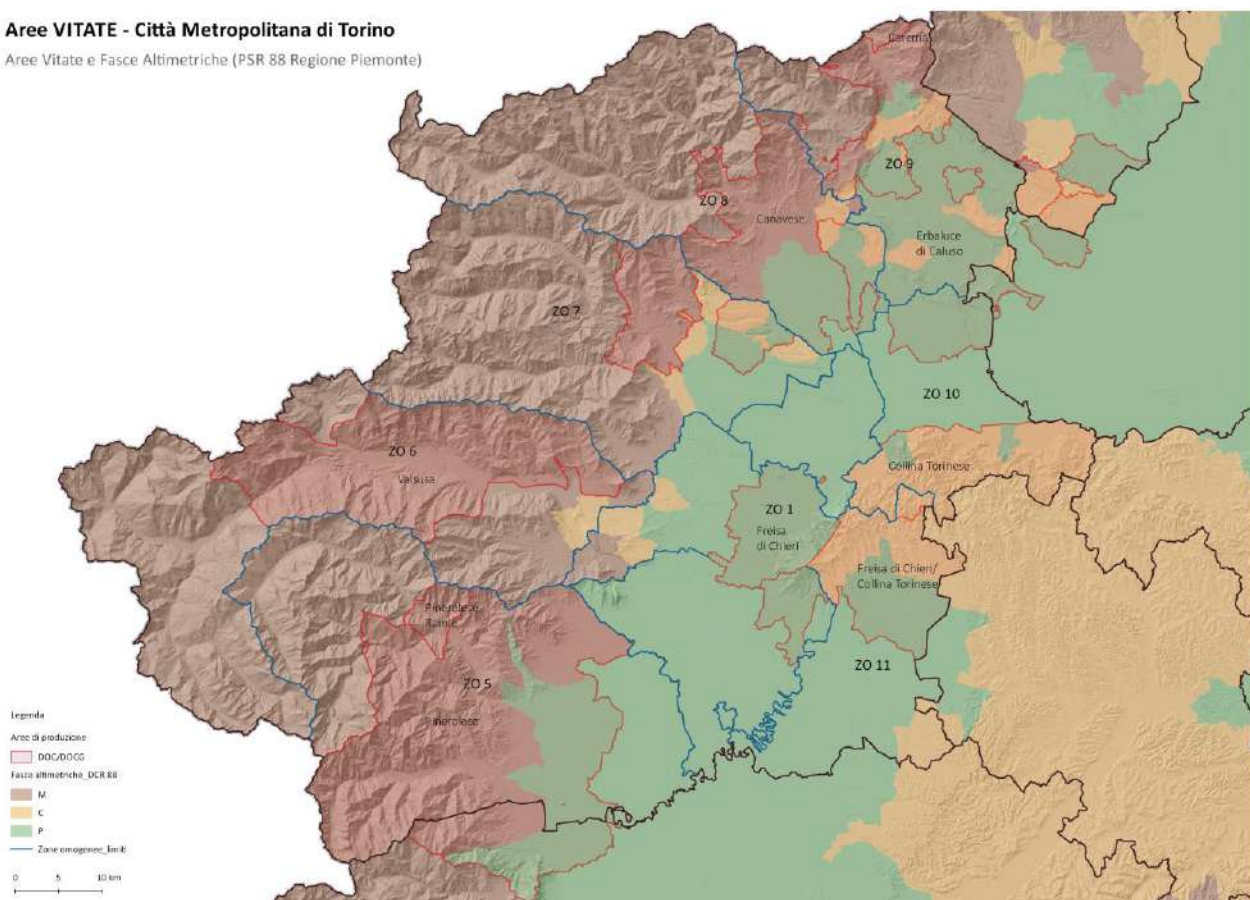
Zone Omogenee CMT0	N comuni	DOC DOCG
1- TORINO	1	DOC Collina Torinese
2- AM_OVEST	0	-
3- AM_SUD	1	DOC Freisa di Chieri
4- AM_NORD	0	-
5- PINEROLESE	32	DOC Pinerolese (incl. Ramìe)
6- VALLI DI SUSÀ E SANGONE	19	DOC Valsusa
7- CIRIACESE E VALLI DI LANZO	10	DOC Canavese
8- CANAVESE OCCIDENTALE	34	DOC Canavese, DOCG Erbaluce,
9- EPOREDIESE	51	DOC Carema, DOCG Erbaluce, DOC Canavese
10- CHIVASSESE	17	DOC Carema, DOCG Erbaluce, DOC Canavese, DOC Collina Torinese
11- CHERESE CARMAGNOLESE	13	DOC Freisa di Chieri, DOC Collina Torinese

Nella trattazione che segue si restituiscono i risultati dell'analisi delle principali caratteristiche delle Zone omogenee interessate dalla produzione DOC DOCG. Attraverso tabelle e grafici si offre una lettura comparata dei fenomeni in relazione alla presenza di aree vitate o meno e alla fascia altimetrica di appartenenza (secondo la classificazione adottata dalla Regione Piemonte *Classificazione e ripartizione del territorio regionale fra montagna, collina e pianura* DCR 1988).

Fig. 5 - Regioni di produzione di uve per vini DOC DOCG e fasce altimetriche (DCR 88)

Aree VITATE - Città Metropolitana di Torino

Aree Vitate e Fasce Altimetriche (PSR 88 Regione Piemonte)



Fonte: elaborazione IRES (L. Lella)

Le variabili considerate fanno riferimento a tre assi di analisi derivati dal modello SIA (socioeconomico, infrastrutturale, ambientale) di IRES:

per gli aspetti **socioeconomici**:

- Popolazione 2017
- Variazione demografia 2006-2016
- Indice di vecchiaia 2016
- IRPEF 2015 pro capite
- Quota Laureati / diplomati (/pop tot) 2011
- Indice di possesso del diploma di scuola secondaria di 2° grado 2011
- Quota popolazione straniera 31/12/2016
- Unità locali 2015
- Addetti 2015
- Tasso di disoccupazione 2011

e per gli aspetti più prettamente legati al *turismo* e all'economia del *vino*:

- Esercizi turistici 2016
- Posti letto in esercizi turistici 2016
- Arrivi di turisti 2016
- Arrivi di turisti stranieri 2016
- Quota di turisti stranieri 2016 (arrivi)
- Presenze di turisti 2016
- Tempo medio pernottamento 2016
- Manifestazioni fieristiche 2018
- Sagre 2018
- Addetti agricoltura, silvicoltura e pesca 2010
- Addetti industrie alimentari 2015
- Addetti industria delle bevande 2015
- Eccellenza artigiana 2017
- Produzioni DOP o IGP esclusa vite 2010
- Produzioni Viticole DO 2010
- Superficie Vitata per DO 2010
- Aree DOC/DOCG 2017
- Musei 2012
- Visitatori musei 2012

per gli aspetti **infrastrutturali/territoriali**:

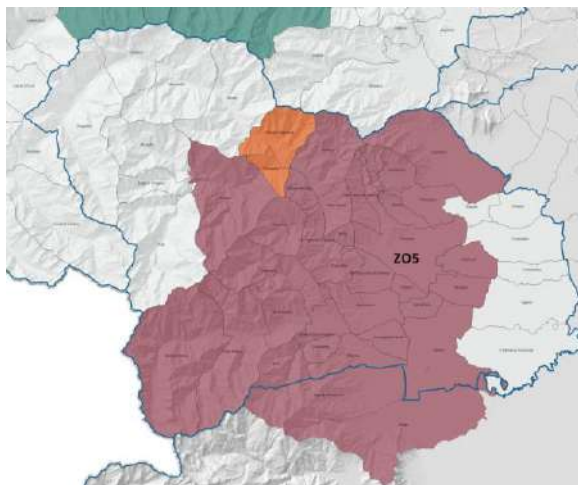
- Comuni totali 2016
- Unioni di comuni 2017
- Tasso di non occupazione delle abitazioni 2011
- Popolazione "sparsa" 2011
- Var. popolazione "sparsa" 2001-2011
- Estensione rete stradale totale 2008
- Densità stradale totale 2008
- Numero esercizi di vicinato 2015
- Numero centri commerciali grandi strutture 2015
- Superficie centri commerciali grandi strutture 2015
- Posti letto in strutture residenziali per anziani 2011
- Digital divide 2011

per gli aspetti **naturalistico-ambientali**:

- Componenti storico-culturali 2011
- Componenti percettivo-identitarie 2011
- Componenti morfologico-insediative 2011
- Componenti naturalistico-ambientali 2011
- Eccellenze 2011
- Unesco-Paesaggi Vino 2016
- Superficie Agricola Totale SAT 2010
- Quota superficie Agricola Utilizzata SAU 2010
- SAU - vite 2010
- Eventi calamitosi totali 2008-2014
- Stabilimenti a rischio incidente 2011
- Quota aree protette 2016
- Quota superfici PAI 2010
- Superfici PAI esondazioni 2010
- Superfici PAI conoidi, valanghe, frane 2010
- Siti contaminati 2011
- Siti da bonificare 2011
- Consumo di suolo complessivo CSC (%) 2013
- Incremento del suolo urbanizzato 2008-2013
- Quota differenziata % RT 2014
- Sprawl fisico di 1 livello (powdering) 2011
- Sprawl fisico di 2 livello (scattering) 2011
- Var. Sprawl fisico di 1 livello (powdering) 2001-2011

5 - La Zona Omogenea n.5 Pinerolese

5.1 In sintesi



Nella ZO del Pinerolese si producono le uve per i vini DOC "Pinerolese". I comuni interessati sono 32, localizzati nella porzione centrale della zona, che risulta così suddivisa in tre:

- l'"alta montagna" formata dai comuni di Prali, Pragelato, Usseaux, Fenestrelle, Roure, Massello, Salza di Pinerolo;
- la "regione vitivinicola" oggetto della presente analisi, al cui interno ricadono ampie porzioni di montagna (per metà circa della regione) oltre che di collina (31%) e pianura (19%);
- la pianura di Piscina, Airasca, Scalenghe, Cerenasco, Vigone e Villafranca Piemonte.

Il territorio della DOC Pinerolese (e del vino Ramie¹²) è molto vasto. Il fatto che in esso si concentri l'offerta dei servizi della ZO ne rafforza la natura prettamente residenziale, con un tessuto diffuso di sprawl urbano. Esteso è anche il locale comparto agro-gastronomico, pur se ancora fortemente frammentato e non in grado di connotare in modo incisivo il paesaggio e la sua rappresentazione territoriale. L'offerta turistica resta secondaria nell'area agroviticola, mentre si concentra nell'alta montagna a servizio del relativo turismo bianco invernale.

Le condizioni per lo sviluppo di un'autonoma community del vino sembrano difficili da realizzare, mentre può essere rafforzato il legame con il capoluogo di prossimità, Pinerolo, e con Torino, nonché il rapporto con la domanda turistica montana.

5.2 I dati

Dal punto di vista socioeconomico all'interno della ZO Pinerolese la regione di produzione vinicola (777 kmq dei complessivi 1.302 della ZO, corrispondenti al 60%) è la più "forte" *dal punto di vista demografico e economico*. Nei comuni del vino si concentra la quasi totalità della popolazione (81%), della ricchezza (nel 2015 l'Irpef pro capite è stato di 14.485; 14.187 nella ZO), delle unità locali (81%), degli addetti (80%) e del personale in R&S. Presenta anche dinamiche demografiche leggermente migliori: a fronte di una distribuzione della popolazione per fasce di età molto simile (13% circa della popolazione residente ha meno di 15 anni, il 61% ha un'età compresa tra 15-64 anni e il restante 26% è costituito dagli over 65enni), la variazione demografica è stata negli ultimi 10 anni (2006-2016) leggermente superiore a quella media della ZO (+2,7% vs 2,4%). Il saldo naturale è però negativo e il peso della popolazione anziana (indice di vecchiaia: 206) è superiore sia a quello della ZO (200) sia a quello della Città metropolitana di Torino - CMT0 (184).

Coerentemente con la maggiore presenza di infrastrutture ospedaliere, la spesa sanitaria pro capite è maggiore (468 euro vs 576) mentre non si rilevano consistenti differenze nei livelli di istruzione: tanto nei territori del vino quanto nel resto della ZO, la quota di popolazione maggiorenne che ha almeno il diploma è del 34-35%. Come si dirà anche in seguito la zona della DOC Pinerolese occupa i territori di media valle, meno difficili dal punto di vista della viabilità e

¹² La DOC Pinerolese Ramie è una specifica particolare e molto nota della DOC Pinerolese.

dell'accessibilità. E questo porta probabilmente anche a risultati più positivi in termini di incidentalità viaria. Nei comuni DOC, infine, tanto la quota di stranieri (6,7%) quanto il tasso di disoccupazione (7,5%), restano al di sotto della media della ZO e anche della CMTo.

Con riferimento al **comparto enoturistico**, nei comuni della DOC si concentra il 99,4% della superficie vitata con denominazione di origine (DO), il 98,1% delle produzioni viticole DO e il 98,5% degli addetti in UL del settore delle bevande. Consistente è anche la presenza di addetti in agricoltura (70%); meno nell'alimentare (58%). Ma se da un lato la specializzazione produttiva legata al vino emerge con forza, non così forte risulta il comparto turistico che da questa potrebbe ricevere beneficio. Nonostante nei comuni del vino si concentri il 68% degli esercizi turistici della ZO, il 90 % dei musei, l'80-81% delle manifestazioni fieristiche e delle sagre e, ancora, l'82% delle attività con riconoscimento di eccellenza artigiana, i posti letto sono solo il 48% di quelli complessivi della ZO; gli arrivi sono il 52% (in genere più di italiani che di stranieri, mentre per le presenze, pari al 51% del totale della ZO, gli stranieri sono più numerosi degli italiani); il tempo medio di pernottamento è di 1,5 notte. Sottodimensionata risulta anche la capacità di attrazione dei musei che attraggono il 76% del totale dei visitatori della ZO a fronte del 90% dell'offerta della ZO.

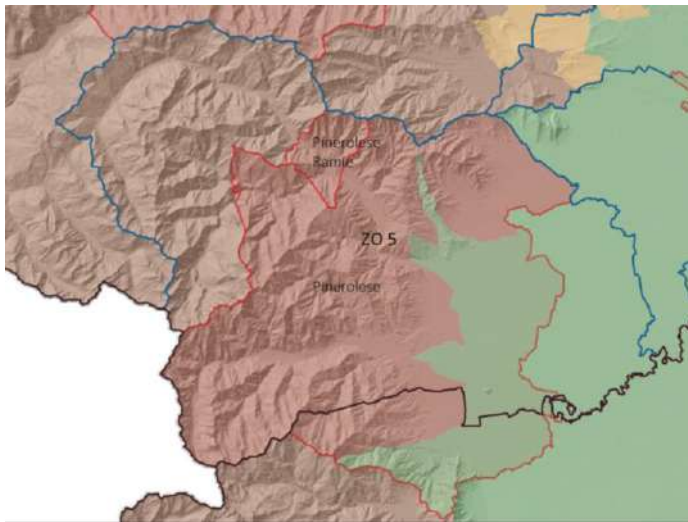
Dal punto di vista infrastrutturale il divario tra i territori del vino e non è particolarmente marcato. Nella zona della DOC, infatti, si trova il 75% delle abitazioni della ZO, di cui il 21,3% non occupate o occupate in modo saltuario (il valore medio per la ZO è 27,9%; nella CMTo è 19,5%). In più, solo il 14,0% del patrimonio immobiliare presenta condizioni non buone conservazione (per la ZO è l'85,5%; l'86,7% nella CMTo). Il modello residenziale, di contro, resta in genere più disperso: nonostante la riduzione in atto negli ultimi decenni (tra il 2001 e il 2011, nella ZO, la popolazione sparsa è diminuita di 3.380,0 residenti, di cui 3.298,0 nei soli comuni vitivinicoli), l'80% della popolazione della ZO che risiede in nuclei o case sparse appartiene a comuni vitivinicoli. La connettività viaria interna a questi comuni è d'altro canto discreta: qui si concentra il 73% delle strade della ZO, con una densità media di 3,1 km per abitante (2,5 quella della ZO; 4,3 nella CMTo) e la dotazione di servizi e infrastrutture è più che commisurata alla popolazione. Per quel che attiene i servizi ambientali, il comune di Pinerolo, in particolare, ospita l'unica discarica della ZO e l'unico altro inceneritore della CMTo oltre a quello di Torino; mentre se si considera la rete del commercio, i comuni del vino ospitano l'85% degli esercizi di vicinato, il 100% dei centri commerciali di grandi dimensioni, il 100% dei posti letto ospedalieri, il 90% dei posti letto in strutture residenziali per anziani, l'83% dei posti in strutture per la prima infanzia. Il *digital divide* è anche contenuto: la quota di popolazione esclusa da connessioni internet veloci è del 6,9%, la stessa della Città metropolitana (6,9), mentre il divide della ZO arriva a 7,7%.

Dal punto di vista ambientale si connota per una discreta concentrazione di dotazioni paesaggistiche, a cui però fanno da contraltare comportamento e modelli insediativi non molto virtuosi e un maggior livello di rischio connesso in particolare alle esondazioni. Con riferimento alle dotazioni, la regione vitivinicola ospita il 56% del totale delle Componenti percettivo-identitarie della ZO e il 65% di quelle naturalistico-ambientali. Non risultano invece componenti di tipo morfologico-insediativo, né eccellenze paesaggistiche e siti Unesco, che d'altro canto sono assenti in tutta la ZO.

La specializzazione vitivinicola dei comuni della DOC è evidente: in essi si concentra il 50% della SAT e della SAU della ZO, ma la totalità delle superfici vitate, la cui organizzazione a terrazze offre in diversi punti scorci suggestivi e peculiari (es. le vigne di Pomaretto viste da Inverso Pinasca).

Nello stesso tempo - come si dirà anche in seguito - le superfici coltivate a vite sono tutto sommato limitate (319 ettari su totali 1.342 della CMT0), tra loro frammentate e spesso intermezze da infrastrutture produttive o tecniche, che rende difficile l'ipotesi di una candidatura Unesco, che nella percezione di alcuni attori, potrebbe aiutare molto il mantenimento del paesaggio vitato e dei pendii (muretti a secco, canali di scolo delle acque, ciabot). Per quel che riguarda la fragilità del territorio, è utile sottolineare che nei comuni del vino si è verificato il 92% degli eventi calamitosi totali occorsi tra il 2008 e il 2014, e si trova il 100% (uno solo in realtà) degli stabilimenti a rischio incidente. Si trova inoltre l'85% delle superfici che il PAI classifica a rischio di esondazione e il 33% di quelle minacciate da altri dissesti (conoidi, valanghe, frane). Sempre nei comuni del vino si trova il 92% dei siti contaminati e da bonificare. A fronte di queste minacce i comportamenti individuali e collettivi non sono però così virtuosi: le aree protette sono il 2,4% della superficie, mentre nella ZO pesano per il 7,1%; tanto la quota di suolo consumato quanto quella di suolo urbanizzato sono superiori a quella della ZO: 5,5% vs 4,3% e 6,8% vs 5,4%; l'incremento del suolo urbanizzato è invece allineato. L'elevata dispersione residenziale trova riscontro in un elevato livello di sprawl fisico: quello di primo livello (% abitazioni in case sparse) è infatti dell'ordine di 20,4% contro 18,8% della ZO e 8,7% della CMT0; quello di secondo livello (% abitazioni in nuclei) è 15,4 % contro 16,8% della ZO e 8,2% della CMT0. Da ultimo, la quota di rifiuti differenziati (51,8%) è la stessa della ZO, ma distante da quella della CMT0 (54,6%).

5.3 Approfondimento statistico e cartografico



Caratteristiche principali della ZO n.5:

1. Aree vitivinicole forti e paesaggio viticoli qualificati
2. Offerta servizi maggiore della domanda
3. Zona di residenzialità

Nella ZO Pinerolese dei 45 comuni complessivi 32 sono in montagna, e di questi 25 (facenti anche parte di un'Unione di comuni) ricadono nell'area della DOC. A fronte di una distribuzione della popolazione pressoché omogenea tra montagna e pianura (rispettivamente 63.000 abitanti circa contro 69.000), le aree vitate sono quelle più densamente abitate: il 95,7% dei residenti montani sono nei comuni vitati, in pianura il 68%.

I comuni della DOC sono quelli più dinamici e ricchi: negli ultimi dieci anni la popolazione è cresciuta (prevalentemente in pianura) e il reddito è superiore (più di 14.200 euro pro capite sia in montagna che in pianura, contro i 13.800 e i 12.800 dei comuni non vitati della montagna e della pianura). Il numero di addetti (così come le unità locali insediate) segue le dinamiche demografiche (in montagna il 94,8% degli addetti sono in aree vitate, in pianura il 70%), tuttavia il tasso di disoccupazione cambia per fasce altimetriche: in montagna le aree vitate sono quelle con l'indice più basso, in pianura la disoccupazione è minore nei comuni non vitati. Anche per

l'indice di vecchiaia le aree vitate montane presentano un andamento migliore (in pianura il contrario); la popolazione straniera è invece maggiore in pianura, soprattutto nei comuni del vino.

Dal punto di vista turistico c'è una certa omogeneità della domanda e dell'offerta: nonostante nelle aree vitate ci siano 174 esercizi turistici su 258 totali (67,5%), i posti letto sono distribuiti in maniera più uniforme (3.744 posti letto nelle aree vitate su 7.828 totali della ZO, il 48%). Stesso fenomeno per i flussi: 55.000 arrivi nelle aree della DOC sui 105.773 totali (52%) e 188.187 presenze su 422.841 complessive (44,5%). La differenza più interessante è tra le aree del vino e quelle esterne; in pianura la totalità dei flussi si registra nei comuni del vino, in montagna la distribuzione è piuttosto omogenea (leggermente migliori i comuni esterni alla DOC). Per quel che riguarda l'agricoltura, i comuni del vino sono quelli che registrano valori maggiori (per numero di addetti e eccellenze artigiane) sia in montagna che in pianura; così come dal punto di vista culturale (in questo caso per numero di musei e visitatori) e dei servizi (commerciali, sanitari – nello specifico strutture per anziani e infrastrutturali). In montagna i comuni del vino vantano anche un maggior tasso di occupazione delle abitazioni (viceversa in pianura), a fronte di una percentuale maggiore di popolazione sparsa (viceversa in pianura) che ha visto però un calo (tra il 2001 e il 2011) piuttosto consistente in tutti i comuni del vino, sia montani che di pianura.

Infine dal punto di vista ambientale le aree della DOC sono quelle più virtuose per componenti storico-culturali e naturalistiche, ma sono anche quelle più esposte a rischi (soprattutto per esondazioni e presenza di siti contaminati) e maggiormente impermeabilizzate (del resto sono anche quelle più densamente abitate). La dispersione abitativa è comunque diminuita nel periodo 2001-2011. La percentuale di aree protette non è significativa così come per i comuni non vitati di montagna, mentre la superficie agricola è maggiore ma con un indice di utilizzo omogeneo al resto del territorio.

Tab.2 - Aspetti socio-economici

Aspetti socio-economici	Montagna		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Popolazione (ab)	60.740	2.704	47.105	22.092
<i>totale</i>	63.444		69.197	
Variazione demo (%)	+0,86	-0,22	+5,19	+1,51
<i>totale</i>	+0,81		+3,98	
Ind. vecchiaia	212	264	198	165
<i>totale</i>	214		187	
Irpef (€/ab)	14.245	13.799	14.794	12.787
<i>totale</i>	14.226		14.150	
Laureati/diplomati (%)	34,1	35,6	36,8	30,2
<i>totale</i>	34,2		34,6	
Ind. Possesso diploma	33,1	33,9	36,8	29,0
<i>totale</i>	33,2		34,3	
Pop straniera (%)	5,7	9,5	7,9	5,5
<i>totale</i>	5,8		7,2	
Unità locali (n)	3.995	261	4.193	1.581
<i>totale</i>	4.256		5.774	
Addetti (n)	12.577	689	13.570	5.842
<i>totale</i>	13.267		19.412	
Tasso di disoccupazione	7,1	9,3	8,0	7,3
<i>totale</i>	7,2		7,8	

Fig. 6 - Variazione popolazione 2006-2016 (%); comuni DOC

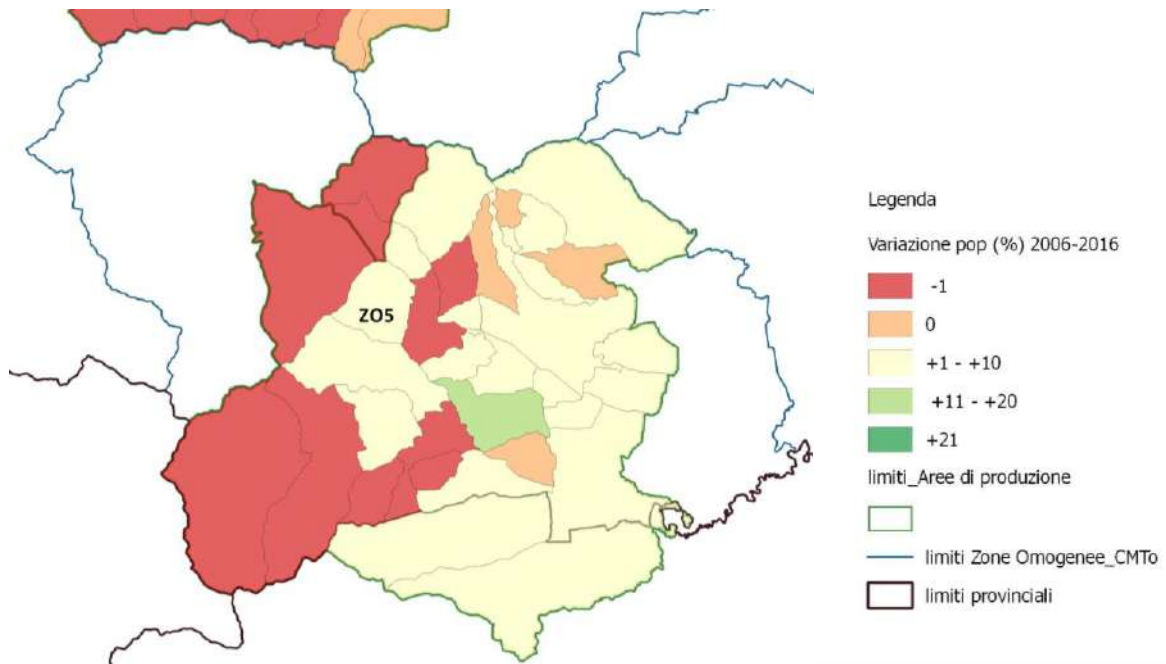
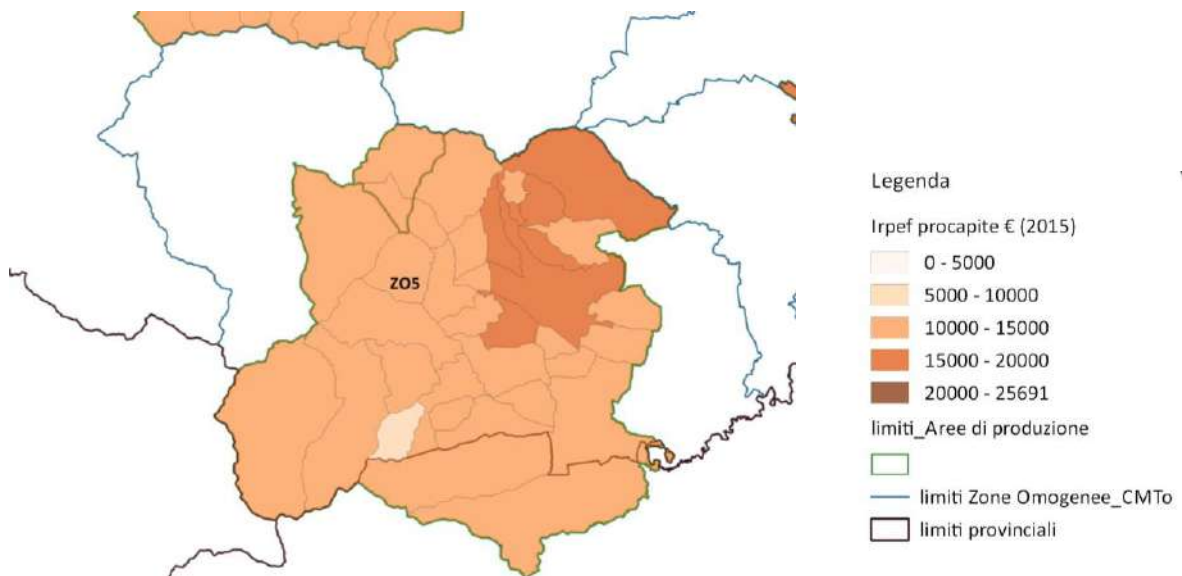


Fig. 7 - Irpef pro capite 2015 (€/ab); comuni DOC



Tab.3 - Turismo e vino

Turismo e vino	Montagna		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Es. turistici (n)	133	71	41	12
<i>totale</i>	204		53	
Posti letto (n)	3.183	3.966	561	118
<i>totale</i>	7.149		679	
Arrivi tot (n)	46.032	50.764	8.977	0
<i>totale</i>	96.796		8.977	
Quota di turisti stranieri (%)	18	22	37	0
<i>totale</i>	20		37	
Presenze tot (n)	158.384	234.654	29.803	0
<i>totale</i>	393.038		29.803	
TMP (gg)	3,4	4,6	3,3	-
<i>totale</i>	4,1		3,3	
Manifestazioni fieristiche (n)	0	15	5	3
<i>totale</i>	15		8	
Sagre (n)	23	1	2	5
<i>totale</i>	24		7	
Addetti Agricoltura (n)	1.166	81	998	853
<i>totale</i>	1.247		1.851	
Addetti Industrie alimentari e bevande (n)	652	5	264	579
<i>totale</i>	657		844	
Eccellenze artigiane (n)	47	4	37	13
<i>totale</i>	51		50	
Produzioni DOP o IGP esclusa vite	10	0	18	35
<i>totale</i>	10		53	
Produzioni vitivinicole DO	77	1	26	1
<i>totale</i>	78		27	
Sup. vitata per DO	50	0	19	0
<i>totale</i>	50		19	
Aree con denominazione DOC/DOCG (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
Musei (n)	2	1	7	0
<i>totale</i>	3		7	
Visitatori musei (n)	31.193	13.343	11.836	0
<i>totale</i>	44.536		11.836	

Fig. 8 - Ricettività: posti letto; comuni DOC

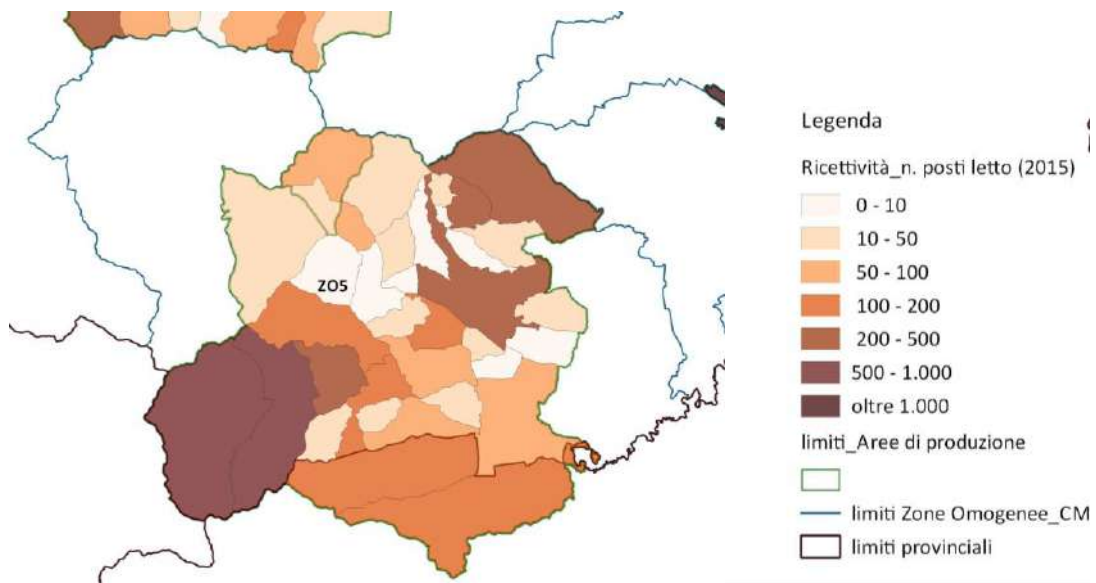
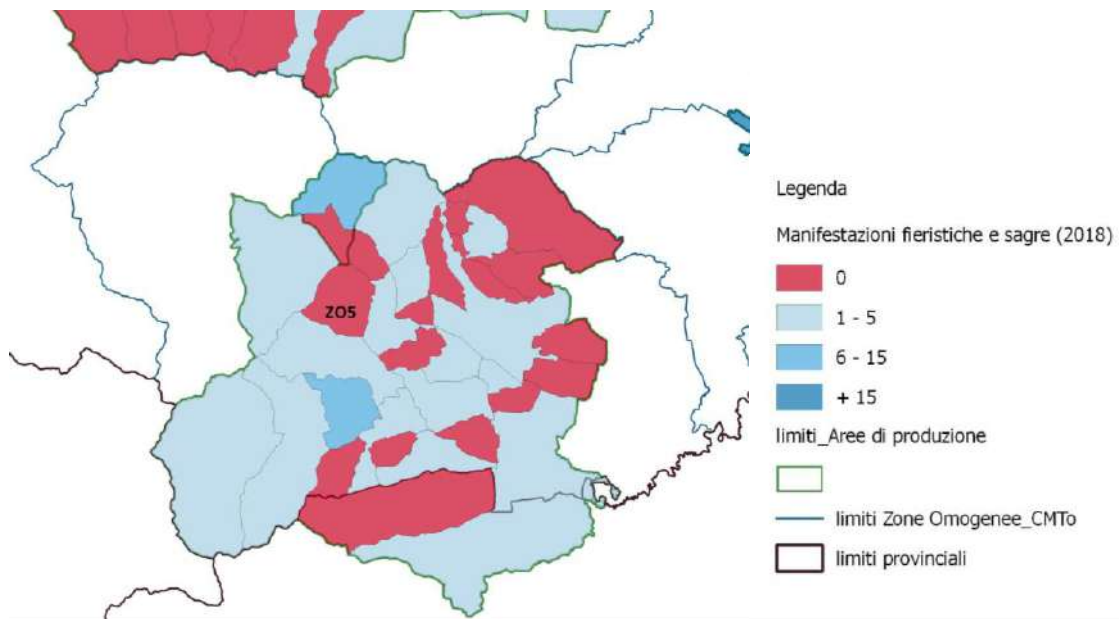


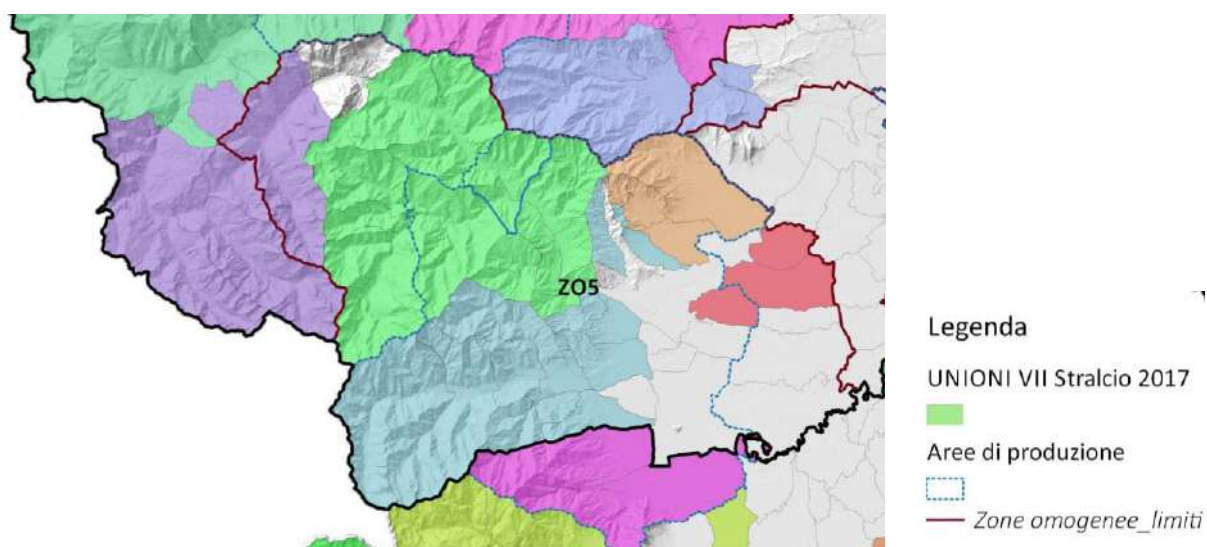
Fig. 9 - Fiere e sagre; comuni DOC



Tab.4 - Infrastrutture e servizi

Infrastrutture e servizi	Montagna		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Comuni tot (n)	25	7	7	6
<i>totale</i>	32		13	
Unioni di comuni (n)	25	6	1	2
<i>totale</i>	31		3	
Tasso non occupazione abitazioni (%)	28	86	11	8
<i>totale</i>	40		10	
Pop sparsa (%)	12	2	10	12
<i>totale</i>	12		10	
Variazione pop sparsa (%)	-17	-8	-8	-1
<i>totale</i>	-16		-5	
Rete stradale (km)	1.751	364	669	523
<i>totale</i>	2.115		1.192	
Densità stradale (Km/Kmq)	2,8	1,0	4,4	3,2
<i>totale</i>	2,1		3,8	
Es. vicinato (n)	609	48	915	213
<i>totale</i>	657		1.128	
Centri Commer. grandi strutture (n e sup)	1 (4.290mq)	0	1 (12.000mq)	0
<i>totale</i>	1 (4.290mq)		1 (12.000mq)	
Strutture anziani posti letto (n)	587	0	347	107
<i>totale</i>	587		454	
Pop Digital Divide (%)	7,3	57,2	6,5	5,5
<i>totale</i>	9,4		6,2	

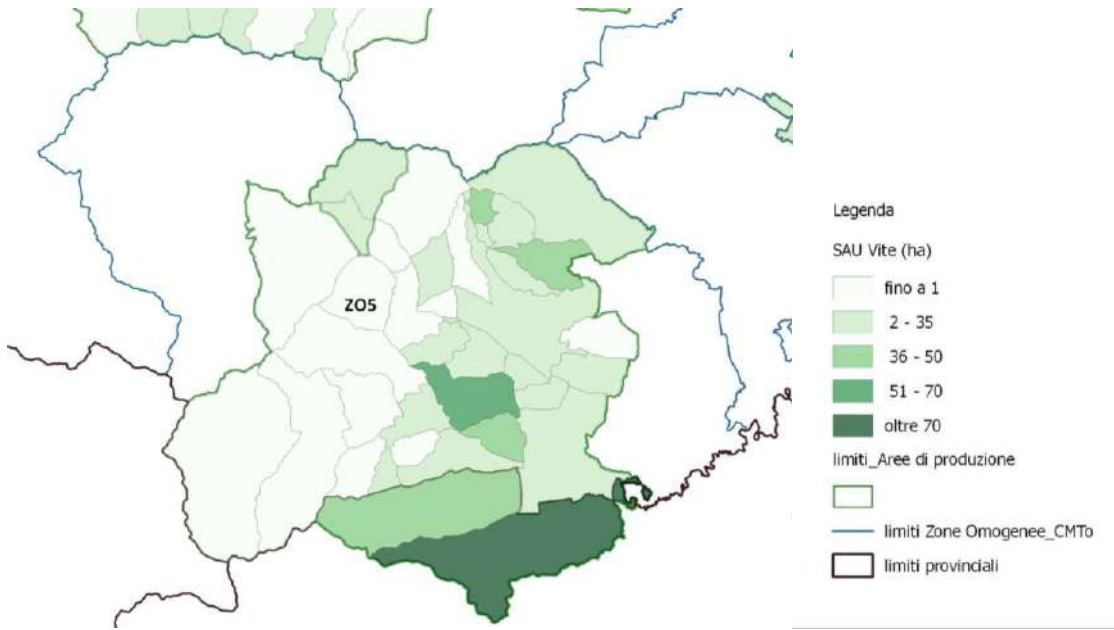
Fig. 10 - Unioni di Comuni



Tab.5 - Aspetti ambientali

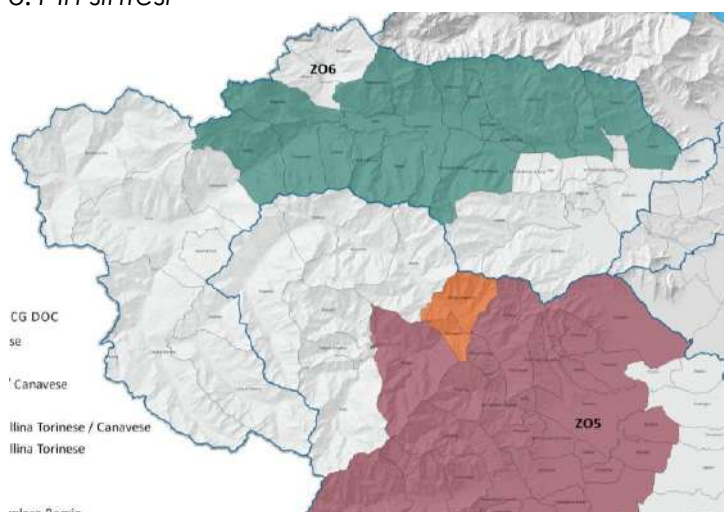
Aspetti ambientali	Montagna		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Componenti storico-culturali (n)	238	98	110	109
<i>totale</i>	336		219	
Componenti percettivo-identitarie (n)	161	124	40	36
<i>totale</i>	285		76	
Componenti morfologico-insediative (n)	0	0	0	1
<i>totale</i>	0		1	
Componenti naturalistico-ambientali (n)	22	14	6	1
<i>totale</i>	36		7	
Eccellenze (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
Unesco-Paesaggi Vino (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
SAT (mq)	18.640	16.015	10.699	13.067
<i>totale</i>	34.655		23.766	
SAU (% SAT)	82,4	88,5	92,7	94,6
<i>totale</i>	85,2		93,7	
SAU vite (ha)	234	0	85	0
<i>totale</i>	234		85	
Eventi calamitosi (n)	47	4	1	0
<i>totale</i>	51		1	
Stabilimenti rischio incidente (n)	1	0	0	0
<i>totale</i>	1		0	
Aree protette (%)	2,9	20,1	0,5	0,6
<i>totale</i>	9,2		0,5	
Sup. PAI (%)	0,3	0,4	0	0
<i>totale</i>	0,4		0	
Sup. PAI esondazioni (ha)	276	48	0	0
<i>totale</i>	324		0	
Sup. PAI altri dissesti (ha)	2.784	5.736	32	0
<i>totale</i>	8.520		32	
Siti contaminati (n)	6	0	5	1
<i>totale</i>	6		6	
Siti da bonificare (n)	6	0	5	1
<i>totale</i>	6		6	
CSC (%)	5,8	1,3	11,1	7,8
<i>totale</i>	4,1		9,4	
Incremento suolo urbanizzato (%)	+5	+8	+6	+6
<i>totale</i>	+5		+6	
Raccolta differenziata (% RT)	54	44	50	54
<i>totale</i>	53		51	
Sprawl fisico 1 liv (%)	22	12	16	14
<i>totale</i>	21		15	
Sprawl fisico 2 liv (%)	17	32	10	15
<i>totale</i>	20		12	
Variazione Sprawl 1 I (%)	-2	-2	-7	-1
<i>totale</i>	-2		-4	

Fig. 11 - SAU Vite; comuni DOC



6 - La Zona Omogenea n.6 Valli di Susa e Sangone

6.1 In sintesi



Nella ZO delle Valli di Susa e del Sangone si producono le uve per i vini DOC Valsusa. I comuni interessati sono 19, localizzati, così come per il territorio pinerolese (cfr. capitolo 5 del rapporto), centralmente rispetto alla geometria complessiva della ZO. In questo caso, però, la suddivisione che ne consegue porta a identificare 4 aree (nel Pinerolese erano 3).

Si tratta delle aree:

- “montagna olimpica”, formata dai comuni di Cesana Torinese, Sauze di Cesana, Claviere, Sestriere, Oulx, Sauze d'Oulx, Bardonecchia e Salbertrand;
- “media valle vitivinicola”, o area vitivinicola oggetto del presente lavoro;
- zona di Moncenisio, Novalesa e Venaus;
- pianura residenziale/porta di valle, formata dai comuni di Coazze, Giaveno, Sant'Antonino di Susa, Vaie, Valgioie, Sant'Ambrogio di Torino, Villardora, Avigliana, Caselette.

Interessando la media valle, il territorio della DOC Valsusa insiste sulla porzione più “in declino” della ZO, compresa tra il prospero distretto turistico olimpico e l'area di crescita della bassa valle periurbana metropolitana. La caratterizzazione del vino, e più in generale dell'agrogastronomia, può quindi costituire un fattore importante di sviluppo dell'area, da connettere in modo efficace alle attività invernali del distretto turistico e al mercato urbano della metropoli torinese. Sebbene non possa costituire un'attività monofunzionale, essa può aiutare lo sviluppo e divenire un elemento di rafforzamento e difesa paesaggistica. Nello stesso tempo la viticoltura di questo territorio risente molto dell'innalzamento delle temperature legato al cambiamento climatico, che influisce sulla gradazione dei vini, costringendo (soprattutto nei bianchi) a vendemmie quasi sempre anticipate.

6.2 I dati

Dal punto di vista socioeconomico la regione vitivinicola interessa solo 19 comuni dei 40 totali della ZO. Più nello specifico interessa la fascia longitudinale della Val Susa, lungo le due sponde della Dora Riparia, e la superficie di studio coinvolta è il 37% di quella dell'intera zona (467 Km² rispetto ai 1.247 della ZO). Tra le aree del vino, quella della Valsusa è quella che raggiunge altitudini più elevate, la quota media è di 572 metri slm. La popolazione segue la geografia, il 40% degli abitanti risiede nelle aree del vino, la cui ricchezza è leggermente superiore alla media (14.621 euro di Irpef pro capite contro 14.605 della ZO); qui si concentra anche il 33% delle UL e il 32% degli addetti, nel settore della ricerca la percentuale di addetti si attesta al 39%. Per quanto riguarda le dinamiche demografiche, in generale la ZO è più dinamica rispetto ai comuni del disciplinare, la variazione della popolazione tra il 2006 e il 2016 è stata del -1% contro il +3% della ZO, con un tasso di invecchiamento maggiore (210 contro 185 per la ZO) e una quota di stranieri minore (6,8% nella ZO e 5,5% nell'area del vino), tuttavia la distribuzione della popolazione

residente per fasce d'età è pressoché la medesima della ZO: il 12% ha meno di 15 anni, il 62% ha un'età compresa tra 15-64 anni e il restante 26% circa è costituito dagli ultra65enni.

Probabilmente in linea con una consistente presenza di persone anziane, la spesa sanitaria pro capite risulta maggiore (230 euro vs 202 della ZO). A questo dato si lega anche un alto tasso di incidentalità (44% degli incidenti totali). Per quel che riguarda i livelli di istruzione, anche in questo caso le dinamiche seguono la geografia, con una quota di diplomati (da 19 anni in su) minore rispetto al resto della ZO (35% vs 37,6%). Il tasso di disoccupazione si attesta su livelli simili che collocano sia la ZO che l'area vitata tra le peggiori a livello metropolitano (rispettivamente 9,0% e 8,7% vs 8,4% della CMT0).

Con riferimento al **comparto enoturistico**, nei comuni della DOC si concentra l'83,5% della superficie vitata con denominazione di origine (DO), il 77% delle produzioni viticole DO, il 95,6% di altre produzioni DOP e IGP (esclusa la vite) e il 34,7% di eccellenze artigiane. In linea con le dinamiche occupazionali, la percentuale di addetti in agricoltura è del 35,5% e del 32,7% nell'alimentari, meno nel comparto delle bevande (30%). I dati sul turismo confermano la bassa attrattività dell'area: nella regione si trova solo il 22% degli esercizi turistici della ZO, l'8,5% dei posti letto, il 50 % dei musei e il 26% delle sagre; la domanda dei visitatori ai musei è pressoché residuale (1,5%); gli arrivi totali sono il 4% - in genere più di italiani che di stranieri; le presenze sono ancora meno significative (2,6% - una percentuale maggiore di stranieri); il tempo medio di pernottamento è di 1 sola notte.

Dal punto di vista infrastrutturale la val Susa sconta le problematiche legate alla morfologia del territorio: l'88% dei comuni della ZO ricade nella fascia altimetrica montana (il 13% in collina), e dei 19 comuni della DOC il 95% è in montagna. Questo ha ricadute sia in termini di abitazioni che di infrastrutture. Per quanto riguarda il fenomeno abitativo, i comuni vitivinicoli detengono il 33,5% delle abitazioni della ZO, di cui il 40% non occupate o occupate in modo saltuario. Si tratta dalla quota di inutilizzo abitativo più elevata tra le aree vitate, ma comunque migliore di quella media della ZO, in cui la percentuale raggiunge il 51% (la media della CMT0 è del 19,5%). In ogni caso, l'81% del patrimonio immobiliare presenta buone condizioni di conservazione (per la ZO è l'83%; l'86,7% nella CMT0). Positivo anche il fenomeno di dispersione insediativa: nell'arco di dieci anni (2001-2011) lo sprawl si è arrestato e la popolazione sparsa (39%) è diminuita (552 residenti in meno nella regione del vino e 528 in meno nella ZO). Nella regione vitivinicola si trova il 45% dei km di strade della ZO, consentendo una discreta connettività viaria interna (estendendosi su un'area pari al 37% della superficie della ZO, ne risulta una densità di 3 km per kmq; 2,5 quella della ZO; 4,3 nella CMT0); la dotazione di servizi e infrastrutture torna a mostrare una situazione piuttosto diversificata, ma coerente alle dinamiche demografiche: è presente una discarica nel comune di Mattie, gli esercizi di vicinato sono solo il 29% di quelli presenti nella ZO, in ogni caso uno dei tre centri commerciali di grandi dimensioni della ZO è in questa area, la quale ospita anche il 47,5% dei posti letto ospedalieri, il 45% dei posti letto in strutture residenziali per anziani, ma solo il 23,4% dei posti in strutture per la prima infanzia. Anche nel digital divide i dati sono ancora poco soddisfacenti: la quota di popolazione esclusa da connessioni internet veloci è del 15,6% più del doppio rispetto alla media metropolitana (6,9), 10,5% nella ZO.

Dal punto di vista ambientale si connota per una discreta concentrazione di dotazioni paesaggistiche, circa il 58% tra le componenti storico-naturalistiche registrate dal PPR nella ZO ricadono nella regione di studio, nello specifico la regione vitivinicola ospita: il 50,7% del totale delle componenti storico-culturali, il 39% di quelle percettivo-identitarie della ZO, il 100% di quelle

morfologico-insediative e il 40% delle componenti naturalistico-ambientali. Non risultano invece né eccellenze paesaggistiche e siti Unesco, che d'altro canto sono assenti in tutta la ZO.

Il valore aggiunto dell'area è dato dalla quota di aree naturali protette che riguardano il 14% dell'intera superficie della regione vitata (contro il 9% della ZO e della media metropolitana). A questo si aggiunge il basso livello di vulnerabilità con percentuali di rischio per frane e valanghe piuttosto contenute (11% della superficie dell'area, come per la ZO, è esposta a rischio) ed è completamente assente il rischio da esondazioni; nè presenta stabilimenti a rischio, tuttavia gli eventi calamitosi registrati tra il 2008 e il 2014 sono il 44,8% di quelli registrati nell'intera ZO; e i siti contaminati che necessitano di bonifica sono circa il 41,6%.

Positiva anche la propensione a comportamenti "green", in particolare la quota di rifiuti differenziati raggiunge il 60%, maggiore sia di quella della ZO (55%) che della CMT0 (54,6%).

Dal punto di vista della superficie agricola utilizzata, la quota di SAU, seppur elevata (83%), è tra le più basse sia tra le altre aree di produzione vitivinicola che a livello di ZO e di CMT0 (81%, contro l'87% della media metropolitana). In generale nella zona si concentra il 30,9% della SAT e il 31,7% della SAU della ZO, di cui una buona percentuale è destinata a vite, più del 77%.

Rispetto al fenomeno del consumo di suolo i comuni DOC della Val Susa sono tra i più virtuosi grazie al minor incremento di suolo urbanizzato (dal 2008 al 2015 +3%; +4% nella ZO e +5% nella CMT0) e alla ridotta percentuale di suolo consumato: il CSU è il 4,4% dell'area vitivinicola (3,8% nella ZO e 14% nella CMT0); il CSC è il 5,7% (4,9% nella ZO e 16% nella CMT0). Sebbene il fenomeno di dispersione insediativa si sia pressoché arrestato tra il 2001 e il 2011, nell'ultimo anno del censimento lo sprawl fisico presentava ancora livelli piuttosto alti: quello di primo livello (% abitazioni in case sparse) è infatti dell'ordine di 13%, contro il 12% della ZO e l'8,7% della CMT0; quello di secondo livello (% abitazioni in nuclei) sale a 16%, contro il 13% della ZO e l'8% della CMT0.

6.3 Approfondimento statistico e cartografico



Caratteristiche principali della ZO n.6:

1. Area prevalentemente montana
2. Aree vitate in montagna: indice di vecchiaia maggiore, ma più ricche
3. Distretto turistico (Montagna Olimpica)

Nella ZO n.6 solo il comune di Avigliana ricade in collina. Il restanti 39 comuni sono tutti in montagna, di cui 19 in aree vitate (tutti in Unione). L'eleva dimensione di Avigliana determina una distribuzione della popolazione bilanciata tra territorio montano e pianeggiante; non così per la dinamica nel tempo che presenta traiettorie diversificate: negli ultimi 10 anni c'è stato un leggero calo demografico (-1%) delle aree montane vitate, contro un aumento del 5,6% dei comuni esterni alla DOC. Nonostante le aree non vitate di montagna siano quelle con indice di vecchiaia inferiore, minore tasso di disoccupazione, maggiore presenza di laureati/diplomati e

maggior presenza di UL e addetti, le aree vitate sono leggermente più ricche in termini di reddito pro capite. Soffermandosi esclusivamente sull'area montana, la zona non vitata è anche quella maggiormente dotata e attrattiva dal punto di vista turistico. La fascia della montagna interna non vitata coincide con il territorio della montagna olimpica, pertanto la situazione è piuttosto sbilanciata sia in termini di domanda che di offerta: nei comuni della DOC è presente solo il 9% dei posti letto e il 23% delle strutture ricettive; a questo si aggiunge una domanda molto esigua, con un 4% di arrivi e 3% di presenze. Avigliana da sola supera i valori di tutti i 19 comuni vitati di montagna. Stesse dinamiche per quel che riguarda l'agricoltura e le eccellenze artigiane; viceversa, le produzioni DOP o IGP sono maggiori nelle aree vitate (anche escludendo la vite). Sotto il profilo culturale, a parità di musei, nelle aree vitate il numero di visitatori è nettamente inferiore. Le aree vitate presentano qualche difficoltà maggiore anche rispetto alla dotazione di servizi commerciali e telematici; più bilanciata la densità della rete stradale e l'offerta dei servizi socio-assistenziali (strutture anziani). I comuni più turistici (delle aree non vitate) hanno avuto però un aumento della popolazione sparsa che invece si è ridotta nelle aree della DOC (-14% tra 2001-2011), così come un'espansione delle abitazioni libere maggiore (probabilmente legato allo sviluppo turistico dell'area). La distribuzione delle risorse paesaggistiche (PPR) è abbastanza omogenea nei comuni montani, tuttavia le aree vitate vantano una presenza di aree protette doppia. Sono anche i territori della ZO a minor rischio idrogeologico e incremento di suolo urbanizzato (misurato nel quinquennio 2008-2013). La percentuale di CSC rimane però elevata.

Tab.6 - Aspetti socio-economici

Aspetti socio-economici	Montagna		Collina	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Popolazione (ab)	41.594	50.727		12.480
<i>totale</i>	92.321		12.480	
Variatione demo (%)	-1	+5,6		+6,6
<i>totale</i>	+2,5		+6,6	
Ind. vecchiaia	210	171		162
<i>totale</i>	188		162	
Irpef (€/ab)	14.621	14.379		15.473
<i>totale</i>	14.488		15.473	
Laureati/diplomati (%)	36,8	38,1		41,2
<i>totale</i>	37,5		41,2	
Ind. Possesso diploma	35,9	38,0		42,9
<i>totale</i>	36,9		42,9	
Pop straniera (%)	5,5	8,2		5,4
<i>totale</i>	7,0		5,4	
Unità locali (n)	2.636	4.153		1.229
<i>totale</i>	6.789		1.229	
Addetti (n)	7.992	12.088		5.044
<i>totale</i>	20.080		5.044	
Tasso di disoccupazione	9,2	8,4		8,3
<i>totale</i>	8,8		8,3	

Fig. 12 - Variazione popolazione 2006-2016 (%); comuni DOC

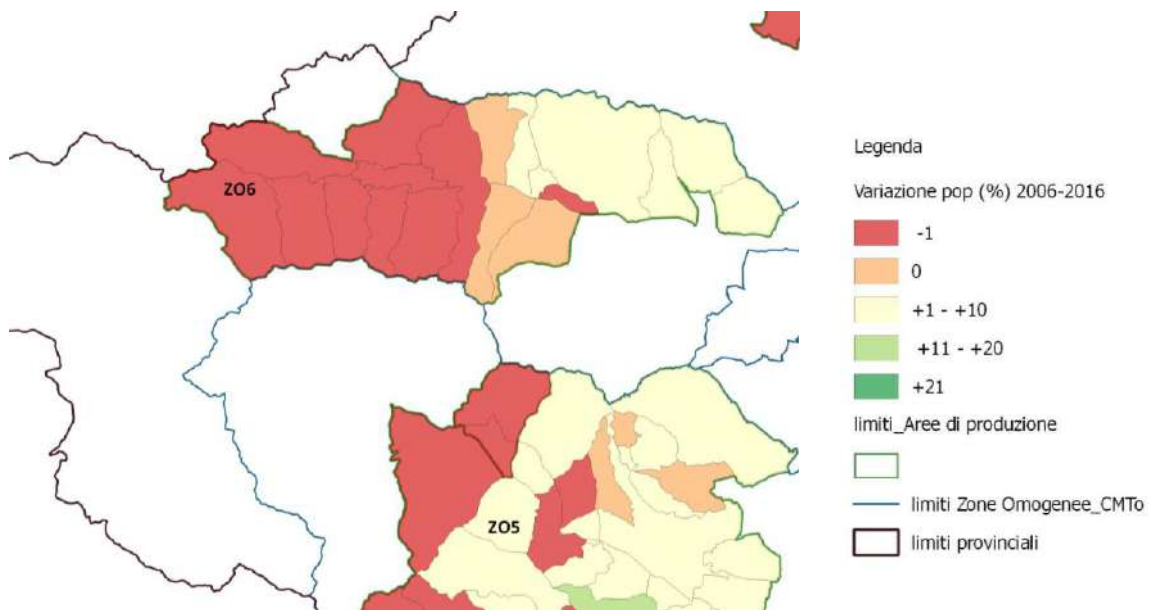
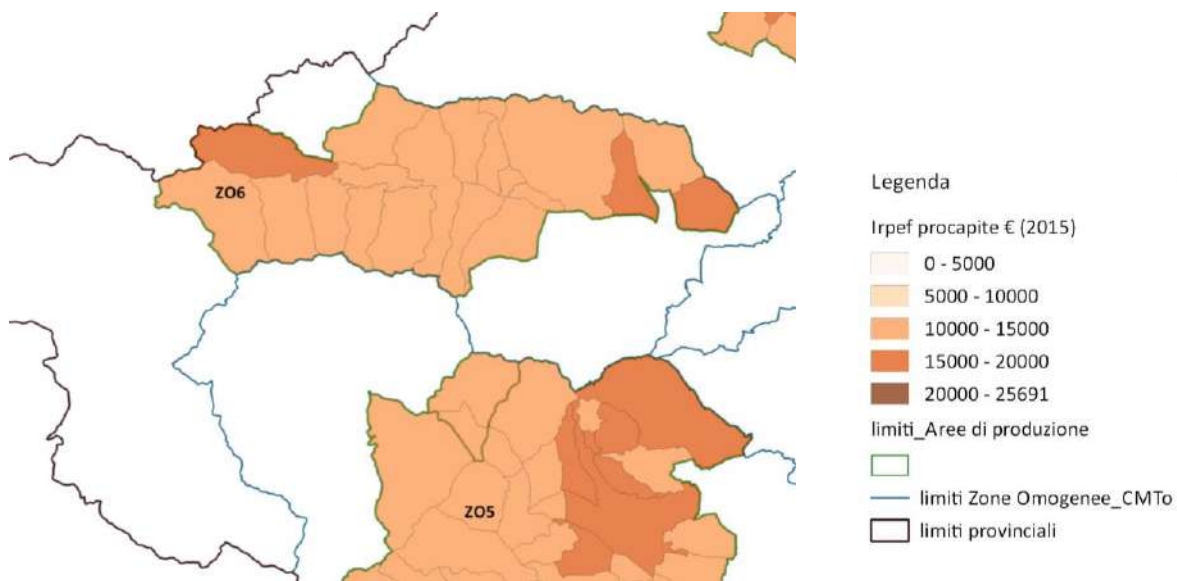


Fig. 13 - Irpef pro capite 2015 (€/ab); comuni DOC



Tab.7 - Turismo e vino

Turismo e vino	Montagna		Collina	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Es. turistici (n)	77	254		20
<i>totale</i>	331		20	
Posti letto (n)	1.899	19.282		1.048
<i>totale</i>	21.181		1.048	
Arrivi tot (n)	14.417	298.707		17.739
<i>totale</i>	313.124		17.739	
Quota di turisti stranieri (%)	26	36		8
<i>totale</i>	35,5		8	
Presenze tot (n)	33.679	1.023.168		64.489
<i>totale</i>	1.056.847		64.489	
TMP (gg)	2,3	3,4		3,6
<i>totale</i>	3,4		3,6	
Manifestazioni fieristiche (n)	9	16		4
<i>totale</i>	25		4	
Sagre (n)	4	6		5
<i>totale</i>	10		5	
Addetti Agricoltura (n)	373	582		95
<i>totale</i>	955		95	
Addetti Industrie alimentari e bevande (n)	131	239		33
<i>totale</i>	370		33	
Eccellenze artigiane (n)	24	38		7
<i>totale</i>	62		7	
Produzioni DOP o IGP esclusa vite	22	1		0
<i>totale</i>	23		0	
Produzioni vitivinicole DO	10	3		0
<i>totale</i>	13		0	
Sup. vitata per DO	12	2		0
<i>totale</i>	14		0	
Aree con denominazione DOC/DOCG (n)	2	0		0
<i>totale</i>	2		0	
Musei (n)	3	3		0
<i>totale</i>	6		0	
Visitatori musei (n)	1.859	120.874	0	
<i>totale</i>	122.733		0	

Fig. 14 - Ricettività: posti letto; comuni DOC

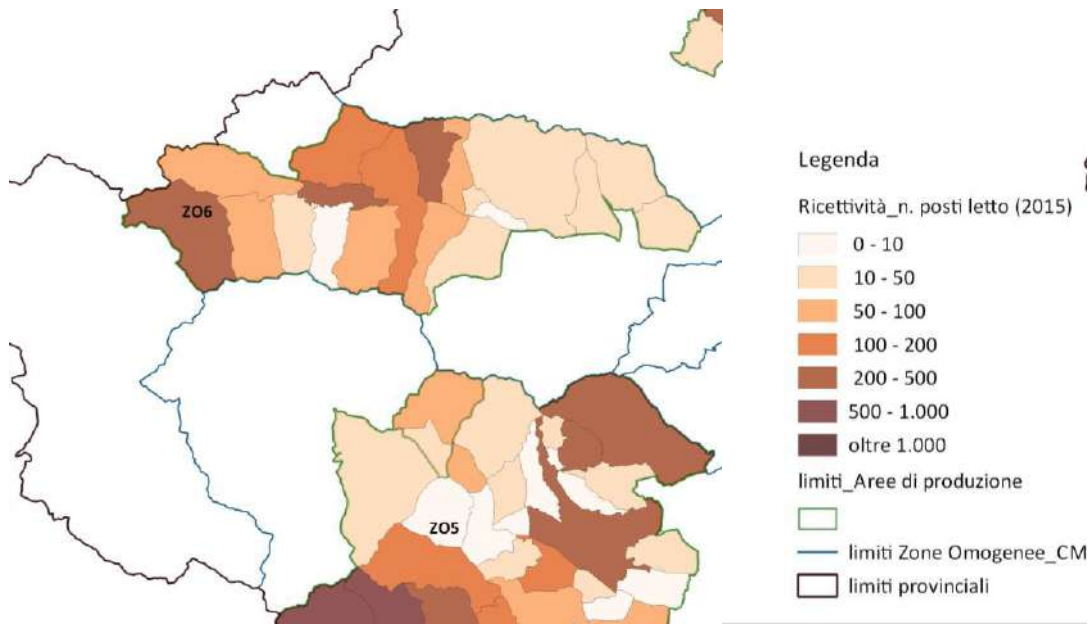
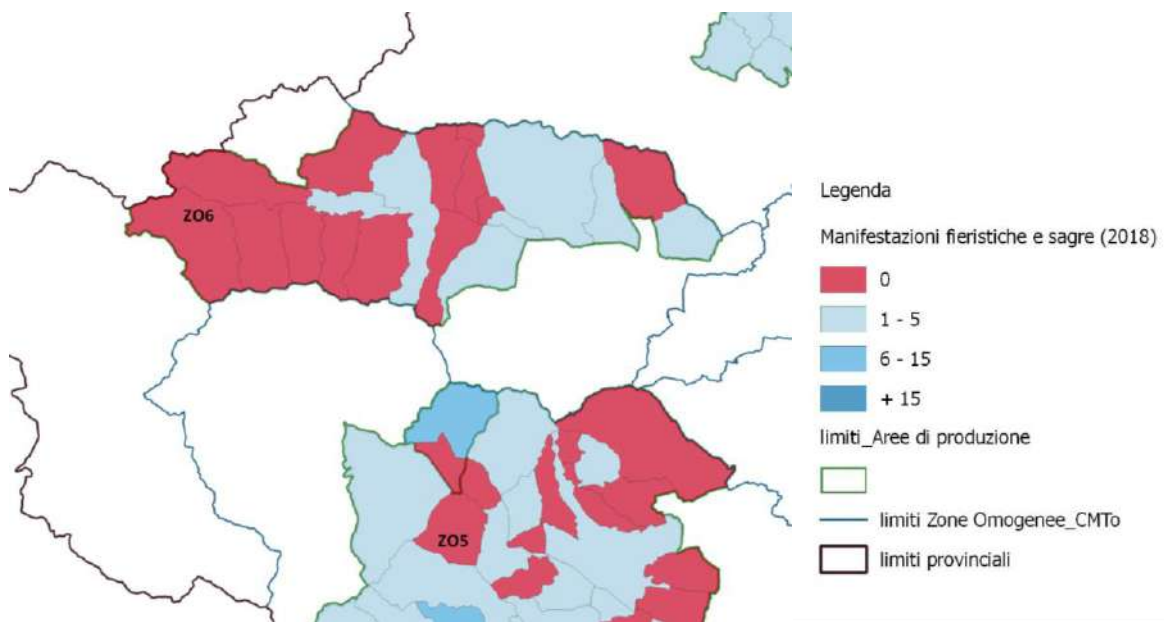


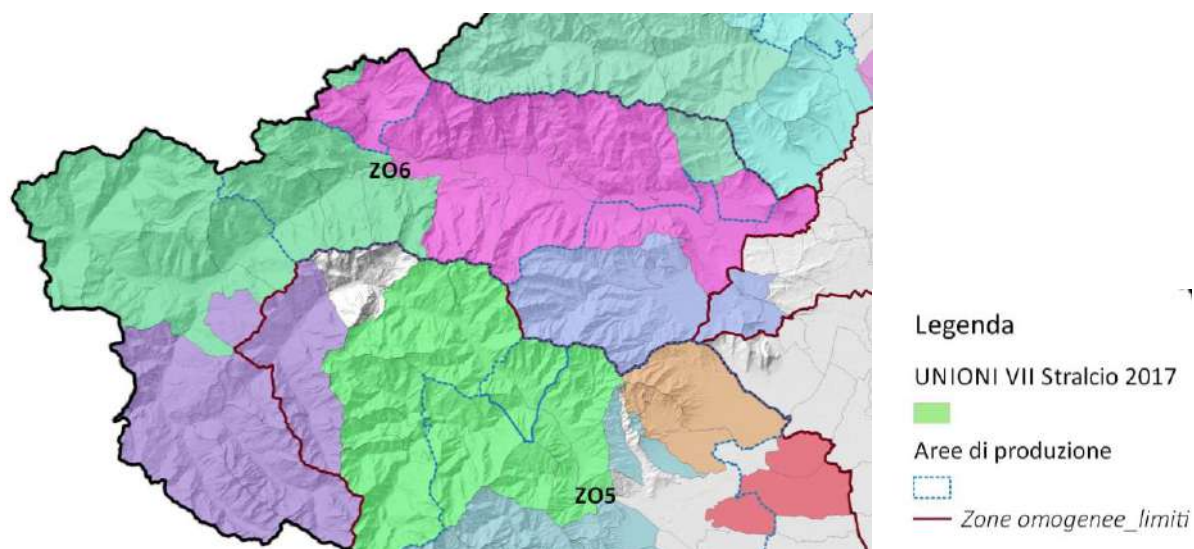
Fig. 15 - Fiere e sagre; comuni DOC



Tab.8 - Infrastrutture e servizi

Infrastrutture e servizi	Montagna		Collina	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Comuni tot (n)	19	20		1
<i>totale</i>	39		1	
Unioni di comuni (n)	19	20		1
<i>totale</i>	39		1	
Tasso non occupazione abitazioni (%)	40	61		8
<i>totale</i>	54		8	
Pop sparsa (%)	4	4		4
<i>totale</i>	4		4	
Variatione pop sparsa (%)	-14	+2		-9
<i>totale</i>	-5		-9	
Rete stradale (km)	1.414	1.545		121
<i>totale</i>	2.959		121	
Densità stradale (Km/Kmq)	3	2		5
<i>totale</i>	2,5		5	
Es. vicinato (n)	435	893		153
<i>totale</i>	1.328		153	
Centri Commer. grandi strutture (n e sup)	1 (4.043mq)	2 (4.114 mq)		0
<i>totale</i>	3 (8.207mq)		0	
Strutture anziani posti letto (n)	339	322		91
<i>totale</i>	661		91	
Pop Digital Divide (%)	15,6	6,9		7
<i>totale</i>	10,9		7	

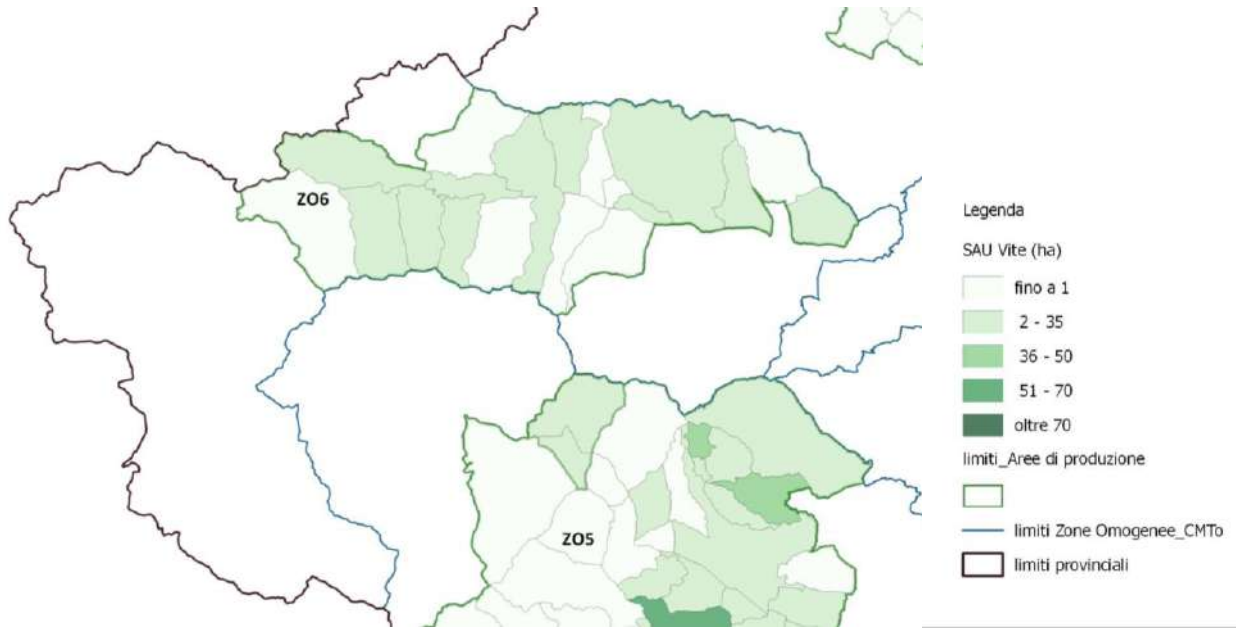
Fig. 16 - Unioni di comuni



Tab.9 - Aspetti ambientali

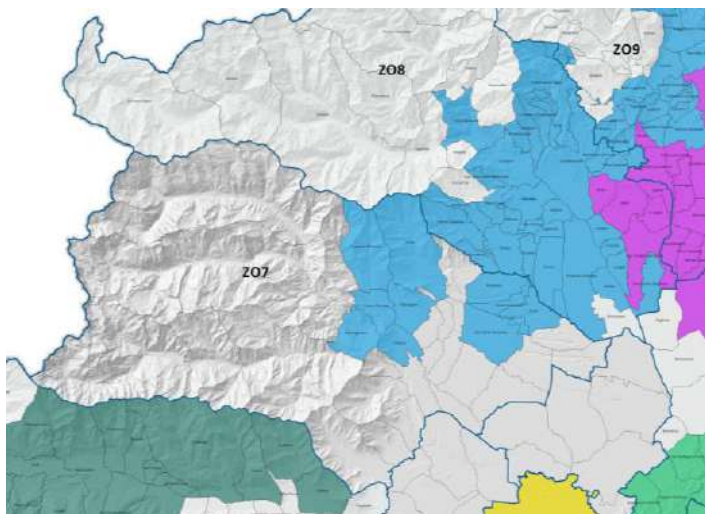
Aspetti ambientali	Montagna		Collina	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Componenti storico-culturali (n)	272	243		21
<i>totale</i>	515		21	
Componenti percettivo-identitarie (n)	214	293		41
<i>totale</i>	507		41	
Componenti morfologico-insediative (n)	2	0		0
<i>totale</i>	2		0	
Componenti naturalistico-ambientali (n)	32	45		2
<i>totale</i>	77		2	
Eccellenze (n)	0	0		0
<i>totale</i>	0		0	
Unesco-Paesaggi Vino (n)	0	0		0
<i>totale</i>	0		0	
SAT (ha)	12.247	26.914		463
<i>totale</i>	39.161		463	
SAU (% SAT)	83,1	80,1		84,5
<i>totale</i>	81,1		84,5	
SAU vite (ha)	49	12		3
<i>totale</i>	61		3	
Eventi calamitosi (n)	13	16		0
<i>totale</i>	29		0	
Stabilimenti rischio incidente (n)	0	0		0
<i>totale</i>	0		0	
Aree protette (%)	14	6		18
<i>totale</i>	9		18	
Sup. PAI (%)	0,1	0,1		0
<i>totale</i>	0,1		0	
Sup. PAI esondazioni (ha)	0	170		0
<i>totale</i>	170		0	
Sup. PAI altri dissesti (ha)	1.340	9.954		0
<i>totale</i>	11.294		0	
Siti contaminati (n)	5	6		1
<i>totale</i>	11		1	
Siti da bonificare (n)	5	6		1
<i>totale</i>	11		1	
CSC (%)	5,7	3,9		20,1
<i>totale</i>	4,4		20,1	
Incremento suolo urbanizzato (%)	3,0	4,4		3,8
<i>totale</i>	3,7		3,8	
Raccolta differenziata (% RT)	60	52		58
<i>totale</i>	55		58	
Sprawl fisico 1 liv (%)	13	12		6
<i>totale</i>	12,3		6	
Sprawl fisico 2 liv (%)	16	10		6
<i>totale</i>	13		6	
Variazione Sprawl 1 I (%)	0	1,5		-1,5
<i>totale</i>	0,1		-1,5	

Fig. 17 - SAU Vite, comuni DOC



7 - La Zona Omogenea n.7 Ciriacese e Valli di Lanzo

7.1 In sintesi



Nella ZO del Ciriacese e delle Valli di Lanzo l'area della produzione di uve per i vini DOC Canavese è piuttosto ridotta e coinvolge solo 10 comuni sui 40 totali. Questi ultimi, in particolare, si concentrano nella porzione Nord orientale della zona, lungo il confine con la vicina ZO n.8 del Canavese Occidentale.

La ridotta dimensione dell'area vitata si inserisce in un contesto socio-economico in profonda trasformazione: da un modello di produzione di piccola e media impresa industriale a uno più orientato al territorio e alla residenza. Ciò rende estremamente ardua la valorizzazione della produzione vitivinicola e ancora più difficile il suo utilizzo come vettore identitario e di caratterizzazione paesaggistica.

7.2 I dati

Dal punto di vista socioeconomico rispetto alla totalità della ZO i comuni della DOC ricadono su una ristretta porzione di territorio, il 17,4% della ST, alla quota media di circa 461 metri slm. Le dinamiche demografiche sono rapportate alla dimensione del territorio di riferimento. Qui si concentra infatti il 26% della popolazione, il 23,6% delle UL e il 22,5% degli addetti. La ricchezza è nella media: con un valore Irpef pro capite di 14.647 euro, non distante da quello medio della ZO (14.747) e della CMT0 (14.959). E anche la struttura demografica non si discosta molto da quella media: la popolazione tra i 15 e i 64 anni pesa per il 61,5% (63,7% nella ZO; 63,5% nella CMT0), quella con meno di 15 anni si ferma al 12,6% (13,7% nella ZO e 13% nella CMT0), mentre gli over 65enni sono il 25% (23,7% nella ZO e 24,8% nella CMT0). La maggiore presenza di persone anziane, confermata anche dall'indice di vecchiaia (199 contro 173 nella ZO e 184 nella CMT0), si lega al saldo naturale negativo, al blocco della crescita demografica negli ultimi 10 anni (variazione 2006-2016 nulla) e a una presenza di stranieri ancora piuttosto bassa, se confrontata con quella della CMT0 (5,6%; 7% a livello metropolitano).

Coerentemente con la maggiore presenza di infrastrutture ospedaliere nella ZO (al secondo posto dopo Torino per strutture ospedaliere e posti letto), la spesa sanitaria pro capite dei comuni della DOC è la più alta dopo quella di Torino (1.107 euro e 990 per la ZO contro una media di 569 a livello metropolitano). Non si rilevano consistenti differenze nei livelli di istruzione: tanto nei territori del vino quanto nel resto della ZO la quota di popolazione over 18 diplomata è del 35-36% (al di sotto della media della CMT0 37%).

La ZO n.7 è tra quelle con la densità stradale più bassa (un quinto di quella metropolitana) e i 10 comuni di indagine presentano in genere valori di accessibilità ridotti. Ciò nondimeno, dentro la ZO, la densità stradale è leggermente superiore nei comuni della DOC (2,8 Km di rete per kmq contro l'1,8 della ZO), conseguenza della posizione geografica più agevolata. La quota di incidenti rappresenta un'altra criticità: il 31% degli incidenti della ZO avvengono nei comuni del

vino. Il tasso di disoccupazione si attesta su livelli bassi: 7,9% per i comuni dei vini e 7,5% per la ZO (il dato più basso a livello metropolitano, che in medi si attesta sul valore di 8,4%.

Con riferimento al **comparto enoturistico**, nella regione oggetto di analisi si concentra il 78,6% della superficie vitata con denominazione di origine (DO), il 75% delle produzioni viticole DO e il 25% delle imprese riconosciute come eccellenze artigiane, mentre il 15% riguarda le aziende con produzioni DOP o IGP (esclusa la vite). Nel settore alimentare sono impiegati il 35% degli addetti (assenti invece le UL del settore delle bevande). La superficie agricola è piuttosto limitata nella ZO così come nei comuni della DOC, di conseguenza il settore agricolo non è la principale attività della zona e conta solo il 26% di addetti.

Per quanto riguarda l'offerta turistica, sebbene la percentuale di esercizi e posti letto sia scarsa (solo il 18% e il 17% di quelli della ZO) e nell'area non siano presenti musei, né manifestazioni fieristiche, nella zona dei DOC si concentra circa la metà delle sagre (48%). La domanda è calibrata all'offerta (e viceversa): gli arrivi e le presenze persano per il 4%, e in entrambi i casi si tratta prevalentemente di turisti italiani con un tempo medio di pernottamento di 1 notte.

Dal punto di vista infrastrutturale il territorio del Ciriacese-Valli di Lanzo è diviso tra la parte montana (43% dei comuni) e quella collinare (45%), nella quale si collocano più della metà dei comuni del vino (60%). La parte più "sofferente" della ZO è quella di montagna, ragion per cui i comuni del vino presentano in genere valori più positivi rispetto alla ZO, ma lontani da quelli medi metropolitani. Ne è un esempio il patrimonio abitativo (24% delle abitazioni della ZO): il tasso di occupazione passa dal 25% per l'area della DOC al 33% per la ZO (in entrambi i casi superiore alla media metropolitana, 19,5%); gli edifici ben conservati sono rispettivamente l'84% e l'81% per la ZO (86,7% per la CMT), quelli in cattivo stato di conservazione presenti nelle aree dei vini sono solo il 25,5% sul totale del Ciriacese. Per quel che riguarda la dispersione abitativa, le dinamiche dell'area vitivinicola sono simili alla ZO, ma peggiori di quelle della CMT. Sebbene la dinamica sprawl abbia subito una leggera contrazione (-1% tra il 2001 e il 2011) resta tra i più alti (2011), soprattutto lo sprawl di secondo livello (edifici in nuclei/ tot edifici) che nei comuni della DOC arriva al 17% (15% nella ZO e 8,2% nella CMT); leggermente inferiore, ma comunque alto, lo sprawl di primo livello (edifici in case sparse/tot edifici) rispettivamente del 13% (area DOC), 10% (ZO) e 8,6% (CMT). La popolazione sparsa nei comuni del vino pesa per il 32% della popolazione sparsa complessiva della ZO, con una diminuzione nell'arco di dieci anni (2001-2011) piuttosto proporzionale: -1.826 residenti nella ZO contro un -553 nelle aree dei vini (il 30%). Coinvolgendo una porzione ristretta del territorio della ZO, i comuni dei vini presentano una copertura stradale inferiore, solo il 27,5% rispetto al totale. Ciononostante, la densità è maggiore: 2,8 Km di rete/ Km² superficie totale, contro l'1,8 della ZO, tuttavia di gran lunga inferiore al 4,3 della media complessiva della CMT. Il divario tra la collina dei vini e il resto della ZO (prevalentemente montano) è evidente anche per ciò che riguarda le connessioni telematiche: nei comuni della DOC la quota di popolazione esclusa da connessioni internet veloci si ferma al 9,6%, mentre il valore complessivo della ZO è ben superiore: 12,5%, decisamente alto anche rispetto al valore medio metropolitano (6,9%).

In generale i comuni della DOC non presentano una ricca offerta di servizi, perché numericamente contenuti e meno serviti rispetto a quelli di pianura. Ad esempio: nella ZO è presente una discarica ma fuori dall'area dei comuni del vino, gli esercizi di vicinato rappresentano solo il 23%, dei due centri commerciali di grandi dimensioni presenti nel Ciriacese entrambi sono fuori dall'area di studio. Al contrario, l'area dei vini vanta una buona dotazione di strutture ospedaliere: 3 ospedali sui 6 totali della ZO, con il 42,5% dei posti letto. Meno ricca quella

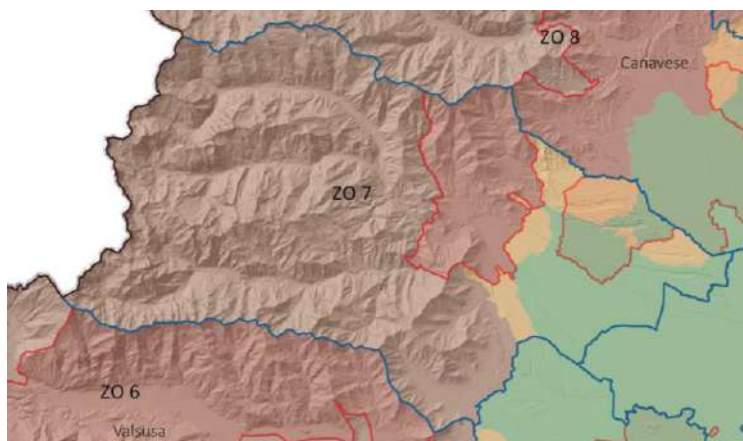
di strutture per anziani (i posti disponibili sono il 18,4% di quelli della ZO) e bambini (18,4% le strutture per la prima infanzia).

Dal punto di vista ambientale si connota per una limitata concentrazione di dotazioni paesaggistiche. Proporzionalmente alla dimensione dell'area di indagine, la regione vitivinicola ospita il 23% delle componenti del patrimonio storico-naturale della ZO, il 24,3% delle componenti storico-culturali, il 22,6% di quelle percettivo-identitarie e il 10% di quelle naturalistico-ambientali. Non risultano invece componenti di tipo morfologico-insediative, né eccellenze paesaggistiche (presenti nei comuni montani esterni alla DOC) o siti Unesco (assenti in tutta la ZO).

Dal punto di vista agricolo, sebbene le percentuali di SAT e SAU siano piuttosto basse (intorno al 12,8%), più della metà dell'utilizzo delle aree agricole (SAU) è interessato dalla vite, il 55,5%.

Non è un'area particolarmente vulnerabile e l'esposizione a rischi è limitata: tra il 2008 e il 2014 è stata colpita da 8 eventi calamitosi (il 26,6% rispetto ai 30 totali registrati nella ZO), è presente un solo stabilimento a rischio (dei 5 totali); il rischio di dissesti come frane e valanghe è pressoché nullo (1,4%), così come nulla è l'esposizione al rischio di esondazione; 5 sono i siti contaminati soggetti a opere di bonifica (27,8%). Nonostante la percentuale di aree protette ricadenti nei comuni del vino sia piuttosto alta (ben l'8,3% contro il 9% della media metropolitana e il 5,5% di quella della ZO), una delle pressioni maggiori a cui è esposto il territorio dei vini riguarda il suolo consumato (CSC e CSU) che, seppur inferiore alla media metropolitana (rispettivamente 16,2% e 14,4%) e caratterizzato da una dinamica espansiva più ridotta (+4% tra il 2008 e il 2015 per i comuni del vino, +5% per la ZO e la CMT0), supera la quota della ZO: il CSC nei comuni DOC riguarda il 9,3% della totalità dell'area, contro il 5,8% della ZO; il CSU pesa per l'8,3%, contro il 5,2% della ZO. In ultimo la quota di rifiuti differenziati resta piuttosto bassa (50,7%), rispetto sia al resto del Ciriacese che della CMT0 (rispettivamente 53,4 e 54,6%).

7.3 Approfondimento statistico e cartografico



Caratteristiche principali della ZO 7:

1. Grande eterogeneità: zona montana (turistica) / zona pianeggiante (residenziale e agricola)
2. Scarsa dotazione di servizi e scarsa attrattività
3. Tassi di dispersione insediativa tra i più alti della CMT0

La Zona Omogenea 7 è caratterizzata da un paesaggio molto eterogeneo, in cui 24 comuni ricadono in montagna (di cui 6 in zona vitata), 7 in collina (2 in zona vitata) e 9 in pianura (2 in area vitata). La popolazione si concentra prevalentemente nei comuni esterni alla DOC, ma in montagna il fenomeno segue dinamiche diverse con una concentrazione di residenti superiori (nei 6 comuni montani della DOC risiede circa il 50% degli abitanti della montagna). Per il resto, le dinamiche demografiche sono piuttosto omogenee, ma vista la differenza del numero di comuni, potremmo dire che le aree vitate in generale hanno un andamento migliore. Questo lo si evince dai dati del reddito o dalla percentuale di laureati e diplomati. Tra gli aspetti più critici dei comuni montani vitati c'è l'indice di invecchiamento e il tasso di disoccupazione.

Le aree non vitate anche in questo caso (come per la ZO 6) sono quelle più turistiche. L'offerta nei comuni della DOC è fin troppo limitata e i flussi sono pressoché insignificanti rispetto al resto del territorio (5% di arrivi e 6% di presenze). Se si guarda anche l'agricoltura il divario è evidente: nella aree non vitate la percentuale di superficie agricola e il numero di addette nel settore è nettamente superiore, anche se la quota di utilizzo (SAU) è abbastanza omogenea. L'offerta culturale è in generale piuttosto scarsa, gli unici due musei presenti sono nella zona non vitata di montagna, ma hanno una richiesta piuttosto limitata.

Dal punto di vista insediativo le aree della DOC di montagna sono meglio infrastrutturate (sia per densità stradale che per la rete telematica), con un tasso di abitazioni libere inferiore e meglio servite dal punto di vista degli esercizi commerciali; in collina e in pianura la situazione è inversa, le zone vitate sono quelle con più abitazioni non occupate, una densità stradale inferiore e meno servizi commerciali; differiscono solo per la copertura della banda larga che in collina è migliore nelle aree vitate mentre per i comuni della DOC di pianura la situazione è ancora problematica. Sotto il profilo ambientale i comuni vitati sono svantaggiati (anche perché numericamente inferiori); tuttavia sono quelli meno esposti a rischi idrogeologici e pressioni ambientali. Va osservato che il fenomeno dell'impermeabilizzazione segue dinamiche diverse e, nello specifico, in montagna interessa maggiormente i comuni della DOC. Qui si registra anche l'indice maggiore di sprawl urbano, che si conferma agli stessi livelli (nell'arco di 10 anni 2001-2011) senza nessun calo (cosa che si è verificata nel resto dei territori della ZO). Tra aree vitate e non vitate non ci sono differenze sostanziali sulla propensione alla raccolta differenziata; il divario emerge più per fasce altimetriche e i comuni montani sono quelli meno virtuosi.

Tab.10 - Aspetti socio-economici

Aspetti socio-economici	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Popolazione (ab)	17.670	17.599	3.064	11.000	5.684	46.980
<i>totale</i>	35.269		14.064		52.664	
Variazione demo (%)	-0,9	+7,2	-0,7	0	+8,0	+9,0
<i>totale</i>	+2,3		-0,1		+8,8	
Ind. vecchiaia	207	180	207	171	174	158
<i>totale</i>	193		178		160	
Irpef (€/ab)	14.491	14.196	14.013	15.697	15.469	14.788
<i>totale</i>	14.344		15.328		14.861	
Laureati/diplomati (%)	36,4	36,2	34,9	37,5	37,4	37,5
<i>totale</i>	36,3		36,9		37,5	
Ind. Possesso diploma	35,5	35,2	33,0	35,6	37,5	37,3
<i>totale</i>	35,4		35,1		37,4	
Pop straniera (%)	6,3	3,7	4,4	6,0	4,0	5,2
<i>totale</i>	5,0		5,7		5,0	
Unità locali (n)	1.264	1.276	183	737	344	3.779
<i>totale</i>	2.540		920		4.123	
Addetti (n)	3.531	2.990	651	2.678	1.286	13.148
<i>totale</i>	6.521		3.329		14.433	
Tasso di disoccupazione	7,6	7,6	8,3	6,7	8,3	7,3
<i>totale</i>	7,6		7,1		7,5	

Fig. 18 - Variazione popolazione 2006-2016 (%); comuni DOC

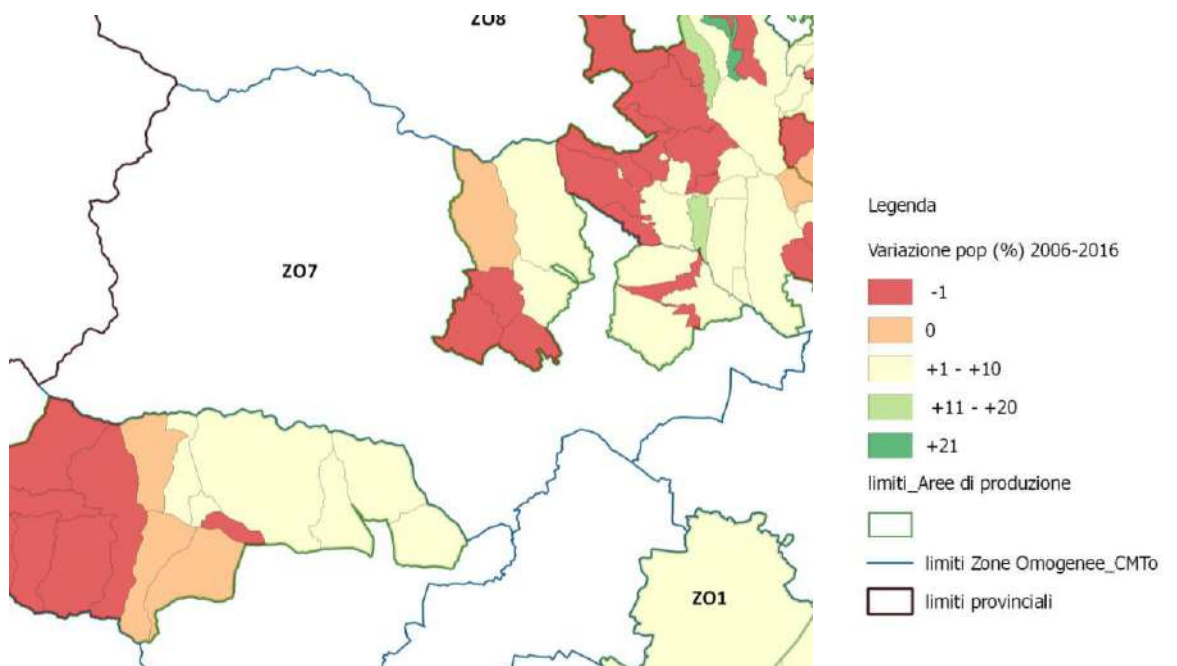


Fig. 19 - Irpef pro capite 2015 (€/ab) ; comuni DOC

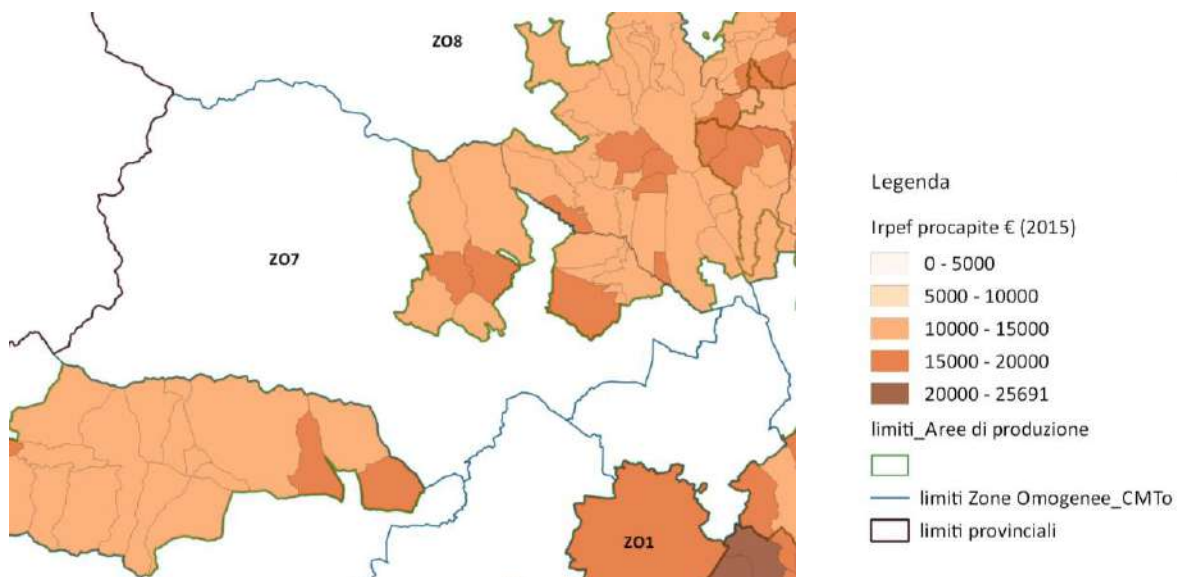


Fig. 20 - Ricettività: posti letto; comuni DOC

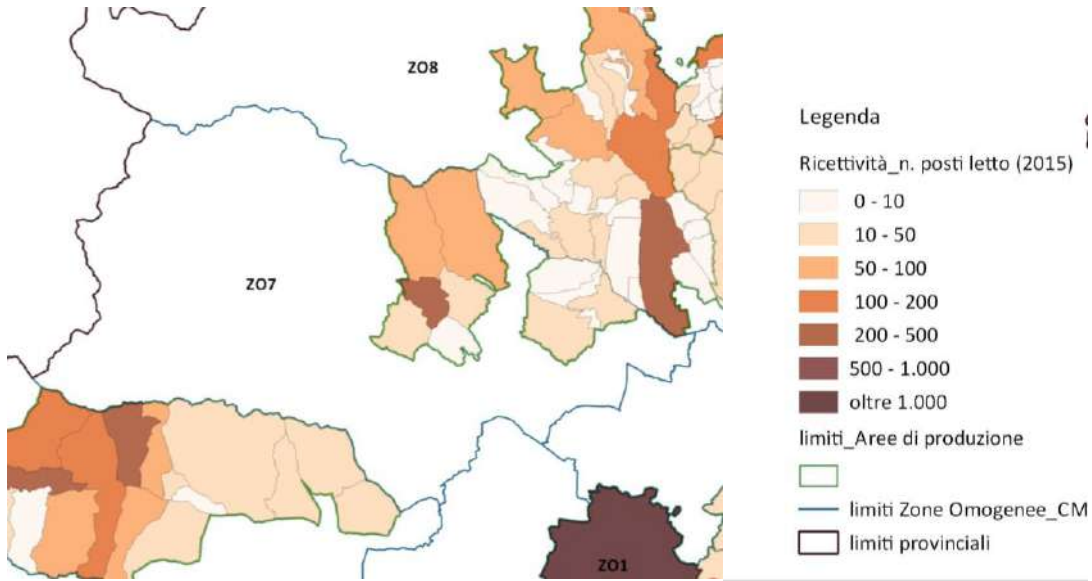
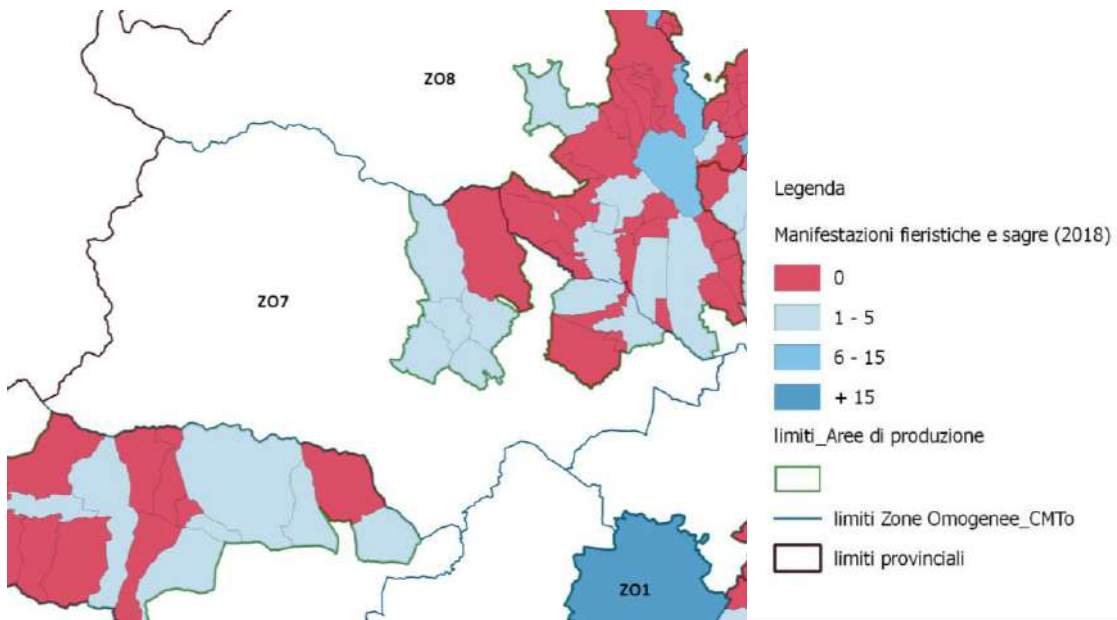


Fig. 21 - Fiere e sagre; comuni DOC



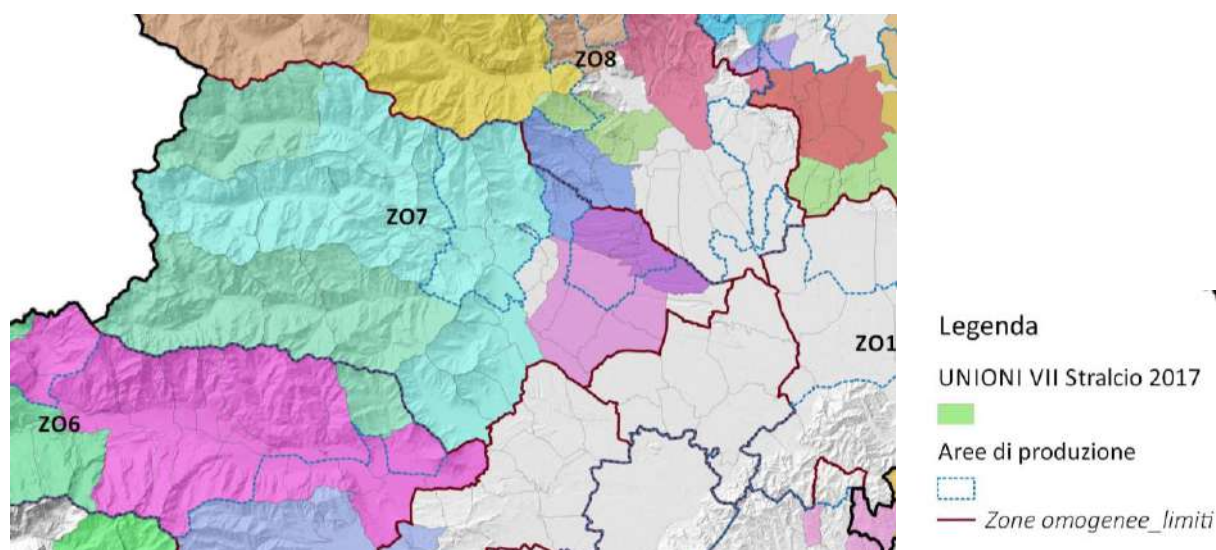
Tab.11 - Turismo e vino

Turismo e vino	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Es. turistici (n)	19	78	0	5	4	21
<i>totale</i>	97		5		25	
Posti letto (n)	569	2.350	0	125	30	437
<i>totale</i>	2.919		125		467	
Arrivi tot (n)	1.070	20.099	0	0	0	8.986
<i>totale</i>	21.169		0		8.986	
Quota di turisti stranieri (%)	21	6	0	0	0	19
<i>totale</i>	7		0		19	
Presenze tot (n)	3.696	52.209	0	0	0	29.763
<i>totale</i>	55.905		0		29.763	
TMP (gg)	3,5	2,6	0	0	0	3,3
<i>totale</i>	2,6		0		3,3	
Manifestazioni fieristiche (n)	3	8	0	0	0	0
<i>totale</i>	11		0		0	
Sagre (n)	8	3	3	3	1	7
<i>totale</i>	11		6		8	
Addetti Agricoltura (n)	203	371	43	120	74	421
<i>totale</i>	574		163		495	
Addetti Industrie alimentari e bevande (n)	117	75	2	28	9	158
<i>totale</i>	192		30		168	
Eccellenze artigiane (n)	14	22	0	9	2	17
<i>totale</i>	36		9		19	
Produzioni DOP o IGP esclusa vite (n)	0	1	2	1	0	9
<i>totale</i>	1		3		9	
Produzioni vitivinicole DO (n)	2	1	0	0	1	0
<i>totale</i>	3		0		1	
Sup. vitata per DO (ha)	0,7	0,3	0	0	0,2	0
<i>totale</i>	1		0		0,2	
Aree con denominazione DOC/DOCG (n)	0	0	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0		0	
Musei (n)	0	2	0	0	0	0
<i>totale</i>	2		0		0	
Visitatori musei (n)	0	4.512	0	0	0	0
<i>totale</i>	4.512		0		0	

Tab.12 - Infrastrutture e servizi

Infrastrutture e servizi	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Comuni tot (n)	6	18	2	5	2	7
<i>totale</i>	24		7		9	
Unioni di comuni (n)	6	18	2	3	2	5
<i>totale</i>	24		5		7	
Tasso non occupazione abitazioni (%)	28	65	25	17	11	9
<i>totale</i>	53		19		10	
Pop sparsa (%)	7	6	5	9	6	3
<i>totale</i>	7		8		3	
Variazione pop sparsa	-11	-16	0	2	-21	-17
<i>totale</i>	-14		1,5		-18	
Rete stradale (km)	339	713	58	170	84	385
<i>totale</i>	1.052		228		469	
Densità stradale	2,9	1,1	2,9	3,5	2,7	4,4
<i>totale</i>	1,3		3,3		4,0	
Es. vicinato (n)	236	162	14	96	37	701
<i>totale</i>	398		110		738	
Centri Commer. grandi strutture (n e sup)	0	0	0	0	0	2 (12.407mq)
<i>totale</i>	0		0		2 (12.407mq)	
Strutture anziani posti letto (n)	40	60	0	0	0	117
<i>totale</i>	100		0		117	
Pop Digital Divide (%)	7,3	39,9	4,2	14,7	19,8	3,3
<i>totale</i>	23,4		12,4		5,1	

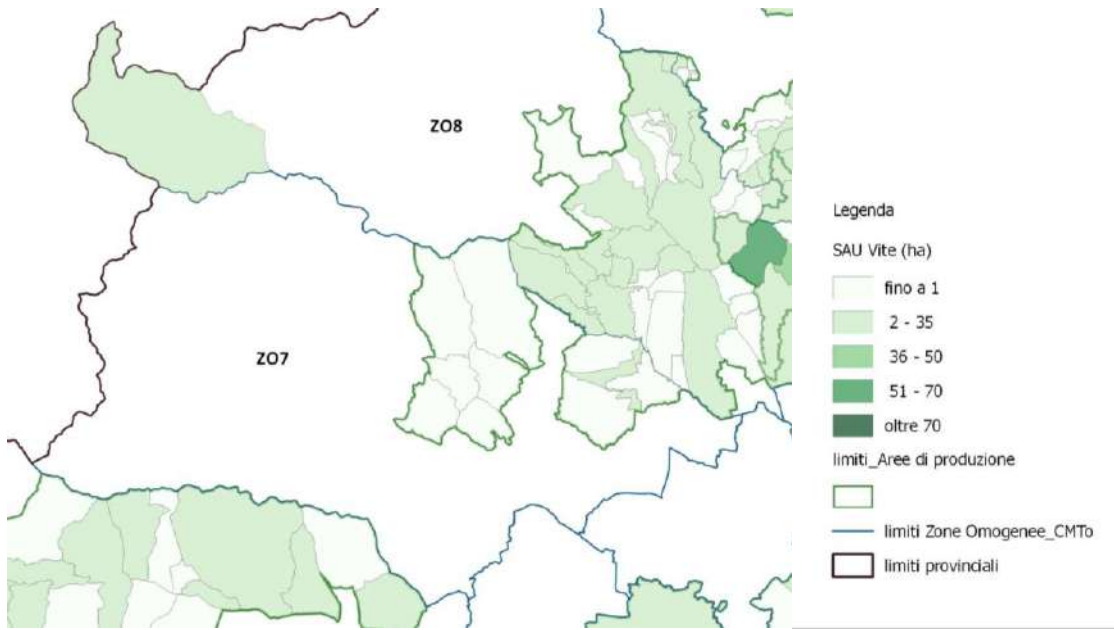
Fig. 22 - Unioni di comuni



Tab.13 - Aspetti ambientali

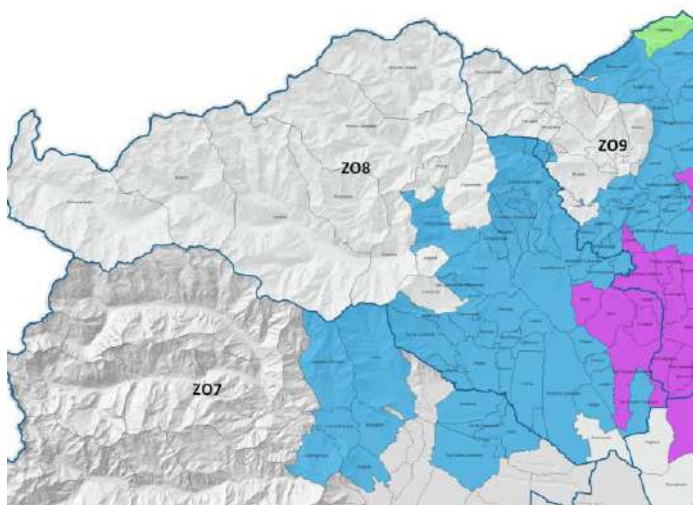
Aspetti ambientali	Montagna		Collina		Pianura	
	DOC	non DOC	DOC	non DOC	DOC	non DOC
Componenti storico-culturali (n)	80	214	5	19	8	57
<i>totale</i>	294		24		65	
Componenti percettivo-identitarie (n)	44	184	11	34	18	32
<i>totale</i>	228		45		50	
Componenti morfologico-insediative (n)	0	0	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0		0	
Componenti naturalistico-ambientali (n)	3	26	0	1	0	0
<i>totale</i>	29		1		0	
Eccellenze (n)	0	3	0	1	0	3
<i>totale</i>	0		1		3	
Unesco-Paesaggi Vino (n)	0	0	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0		0	
SAT (ha)	2.125	19.318	571	1.173	1.000	4.688
<i>totale</i>	21.443		1.744		5.688	
SAU (% SAT)	66,9	72,7	86,6	84,5	90,9	90,4
<i>totale</i>	72,1		85,2		90,5	
SAU vite (ha)	1	1	2	1	1	2
<i>totale</i>	2		3		3	
Eventi calamitosi (n)	5	19	2	0	1	3
<i>totale</i>	24		2		4	
Stabilimenti rischio incidente (n)	0	1	0	1	1	2
<i>totale</i>	1		1		3	
Aree protette (%)	0,2	1,8	5,6	14,7	39,5	23,6
<i>totale</i>	1,6		12,0		27,9	
Sup. PAI (%)	0	24	0	0	0	0
<i>totale</i>	24		0		0	
Sup. PAI esondazioni (ha)	0	0,5	0	0	0	9
<i>totale</i>	0,5		0		9	
Sup. PAI altri dissesti (ha)	38	2.701	0	0	0	0
<i>totale</i>	2.740		0		0	
Siti contaminati (n)	4	1	0	1	1	11
<i>totale</i>	5		1		12	
Siti da bonificare (n)	4	1	0	1	1	11
<i>totale</i>	5		1		12	
CSC (%)	9,2	2,5	9,6	12,2	9,5	21,3
<i>totale</i>	3,5		11,4		18,2	
Incremento suolo urbanizzato (%)	+3	+3	+5	+7	+3	+6
<i>totale</i>	+3		+6		+5	
Raccolta differenziata (% RT)	49	46	55	56	53	57
<i>totale</i>	48		56		57	
Sprawl fisico 1 liv (%)	17	11	4	11	7	4
<i>totale</i>	13		9		5	
Sprawl fisico 2 liv (%)	17	25	19	19	6	6
<i>totale</i>	22		19		6	
Variazione Sprawl 1 I (%)	0,2	-2,7	-2,0	-1,5	-4,0	-0,3
<i>totale</i>	-1,7		-1,6		-1,0	

Fig. 23 - SAU Vite



8 - La Zona Omogenea n.8 Canavese Occidentale

8.1 In sintesi



Nella ZO del Canavese Occidentale i comuni interessati dalla produzione di uve per vini DOC e DOCG sono 34 e occupano la quasi totalità della porzione orientale della ZO (fa eccezione Bosconero). In tutti si producono le uve per i vini DOC Canavese. In più, nei comuni sul confine con la ZO n.9 Eorediese (Bairo, Agliè, Vialfrè, Cuceglio, San Giorgio Canavese) c'è anche la produzione di uve per i vini DOCG Erbaluce di Caluso.

L'area vitivinicola è inserita in un contesto socioeconomico vitale e dotato di infrastrutture, servizi e risorse culturali e paesaggistiche rilevanti. È pertanto importante l'azione di stimolo allo sviluppo che può dare il comparto agro-gastronomico quale fattore sinergico con il tessuto socioeconomico presente. Tale sinergia nasce anche dalla presenza nell'area DOC di qualità, quali l'Erbaluce, e di eccellenze paesaggistiche, soprattutto nella zona collinare e prealpina, che possono costituire fattori importanti sia per lo sviluppo del territorio sia per la sua caratterizzazione identitaria intorno alla produzione vitivinicola. Ciò richiede interventi e azioni di integrazione, organizzazione e mitigazione degli impatti paesaggistici seguiti allo sprawl, che ha interessato soprattutto la parte pianeggiante dell'area.

8.2 I dati

Dal punto di vista socioeconomico seppur la regione di produzione vinicola corrisponda solo al 36,4% della superficie totale della ZO (355 Km² su 975 complessivi), include il 74% dei comuni (34 su 46), coinvolgendo il 91,3% della popolazione. La quota media dell'area è di 448 metri slm.

Quella dei vini è la zona più "forte" dal punto di vista demografico e economico, non solo per il fatto di coinvolgere la gran parte del territorio canavesano, ma soprattutto perché riguarda la zona di fondovalle, quella più urbanizzata e dinamica.

Rispetto alle dinamiche demografiche la variazione della popolazione tra il 2006 e il 2016 è stata poco incisiva, con una leggera crescita del 2% (1,5% nella ZO, contro il +4% della CMT). A distanza di un anno si registra un calo del saldo naturale di 364 residenti (-423 in tutta la ZO), ma migliora la quota di stranieri che arriva all'8,7% (8,4% per la ZO, superando il 7,2% della media metropolitana).

Anche per quanto riguarda la distribuzione della popolazione per fasce d'età la situazione dei comuni del vino è migliore rispetto al resto della ZO montana, di conseguenza è minore la percentuale di popolazione anziana così come il tasso di invecchiamento. Il 13% circa della popolazione residente ha meno di 15 anni, il 62,6% ha un'età compresa tra 15-64 anni e il restante 24% è costituito dagli over 65enni. L'indice di vecchiaia è 185 contro 190 della ZO e 183 della CMT. L'indice di ricchezza si attesta su valori simili (l'Irpef pro capite è di 14.255€, 14.208 nella ZO, 14.960 nella CMT). A fare la differenza è la quota di unità locali e addetti presenti,

coerentemente alla percentuale di popolazione presente, le UL presenti rappresentano il 91% e gli addetti il 92% (rispetto al totale della ZO). Il tasso di disoccupazione resta sui valori medi della ZO, all'8% (simile alla media metropolitana 8,4%), ma in generale gli occupati della ZO sono per il 91,5% nell'area dei vini. Nel settore della ricerca il numero degli addetti raggiunge il 90,5%.

La presenza di infrastrutture ospedaliere è concentrata nei comuni del vino (seppur il numero di ospedali della ZO sia limitato a due, entrambi sono localizzati nella regione vinicola), la spesa sanitaria pro capite è più alta, ma non raggiunge i livelli metropolitani (244 per la zona DOC, 222 per la ZO, 569 per la CMTo). Come già ribadito, l'area dei vini è quella maggiormente urbanizzata e infrastrutturata; coerentemente a una densità di rete stradale maggiore, anche il numero di incidenti si concentra nel fondovalle vitivinicolo, con una percentuale del 94,4%.

Non si rilevano consistenti differenze nei livelli di istruzione: tanto nei territori del vino quanto nel resto della ZO la quota di popolazione over 18 che ha almeno il diploma è del 35-36% (al di sotto della media della CMTo 37%). Allo stesso tempo, la posizione geografica più agevole rispetto alle aree di montagna incide sulla localizzazione delle scuole e sul livello di istruzione. Nei comuni della regione vitata si registra infatti: il 94% degli studenti totali (dalle scuola di prima infanzia alle secondarie di II grado); il 92% dei diplomati della ZO (pari al 32,6% della popolazione con 19 anni e oltre, e quindi con un valore simile a quello medio della ZO ma distante da quello medio della CMTo che arriva al 37,3%).

Con riferimento al **comparto enoturistico**, la regione oggetto di analisi è quella potenzialmente più ricca. Qui si concentra la quasi totalità (98%) della superficie vitata con denominazione di origine (DO) e delle produzioni viticole DO, nonché l'89% di altre produzioni DOP e IGP (esclusa la vite) e il 92% di eccellenze artigiane. In linea con le dinamiche occupazionali, la percentuale di addetti è concentrata nei 34 comuni di fondovalle, dove l'agricoltura rappresenta uno dei settori più consistenti (gli addetti del settore sono l'86% degli addetti totali) e l'indice di specializzazione (seppur piuttosto basso rispetto ad altre regioni vinicole) supera quello della ZO e della media metropolitana (rispettivamente 2,6 contro l'1,5 per ZO e CMTo). Anche per i comparti alimentare e delle bevande i comuni pianeggianti della DOC sono quelli più connotati (con il 91% degli addetti nel primo caso e il 100% nel secondo). Mentre dal punto di vista del turismo è la fascia dei comuni (montani) non DOC che registra i valori più alti. I comuni del vino presentano una bassa attrattività: sebbene concentrino circa la metà (54,6%) degli esercizi turistici della ZO, il numero dei posti letto pesa per il 39%, gli arrivi per il 15% e le presenze per il 16,8%. Gli arrivi sono per la maggior parte "domestici" (la quota di turisti stranieri è dell'8% contro il 18% della media metropolitana). Il tempo medio di permanenza è di 1 notte così come nella ZO, ma il fatto che gli stranieri facciano pernottamenti più lunghi fa sì che le presenze straniere nella zona DOC rappresentino il 25% di quelle totali della ZO. Probabilmente i flussi maggiori della ZO riguardano un turismo di tipo sciistico ed escursionistico, interessando di conseguenza la fascia di montagna; al contrario il turismo-culturale ha più impatto nei comuni del vino (i visitatori dei musei sono 52.697, al terzo posto tra le aree analizzate), dove si concentrano i musei (2 su 2), le sagre (12 su 13) e le manifestazioni fieristiche (14 su 14).

Dal punto di vista infrastrutturale la zona del Canavese ha il vantaggio di includere i comuni della fascia collinare (41%) e di pianura (35%), di conseguenza la morfologia gioca a favore della regione vinicola. Proporzionalmente ai residenti, qui sono localizzate il 79,7% delle abitazioni della ZO, di cui una piccola percentuale non occupate: 19%, in linea con la media metropolitana, ma non con il resto della ZO (29%). Se si guarda allo stato di conservazione degli edifici, l'area della DOC Canavese mostra delle percentuali piuttosto basse di edifici ben conservati, soprattutto se

confrontate con le altre regioni dei vini (penultimo posto con l'82,4%, contro l'86,7% della CMT0). In generale questo è comunque un problema diffuso di tutta la ZO, che in media arriva solo a coprire il 79,7%. Il 64,9% degli edifici della ZO in pessimo stato di conservazione sono nei comuni del vino.

Positivo il fenomeno di dispersione insediativa: nell'arco di dieci anni (2001-2011) lo sprawl ha rallentato nei comuni di montagna e la popolazione sparsa, prevalentemente concentrata nelle aree di fondovalle (87%), è diminuita in maniera significativa (-2.035 residenti in meno nella regione del vino rispetto ai -2.449 totali nella ZO, l'83%). La regione vitivinicola è quella più infrastrutturata. In essa si estende il 78,5% della connettività viaria interna, con una densità media di 2,9 km di rete su kmq (1,7 quella della ZO; 4,3 nella CMT0). Anche per quanto riguarda i servizi, la maggior parte sono concentrati nella fascia collinare-pianeggiante (seppur numericamente inferiori alla media metropolitana). Esclusi discariche e inceneritori (non presenti), qui sono localizzati: il 93% degli esercizi di vicinato; il 100% di centri commerciali di grandi dimensioni (3 in totale) e di strutture ospedaliere (2 totali); il 70% di posti letto in strutture per anziani; e il 98,3% di posti in strutture per la prima infanzia.

Il digital divide nei comuni del Canavese è in media elevato: a fronte di un 6,9% di popolazione esclusa da connessioni internet veloci in CMT0, nell'area del vino la quota sale al 7,9% e addirittura all'11,6% nella ZO.

Dal punto di vista ambientale la regione vitivinicola canavesana si connota per una discreta concentrazione di dotazioni paesaggistiche (63% sul totale delle componenti della ZO), storico-culturali (67,3%), percettivo-identitarie (61%). Mentre le dotazioni naturalistico-ambientali (32,4%) interessano maggiormente la fascia montuosa della ZO. Oltre a ospitare il 100% delle eccellenze paesaggistiche della ZO (8 beni vincolati a livello nazionale) le aree protette sono il 18,5% di quelle complessive (il 35,5% nel territorio dell'intera ZO, contro una percentuale del 9% nella CMT0). Non risultano invece componenti di tipo morfologico-insediative, né siti Unesco, assenti in tutta la ZO.

L'area di fondovalle, essendo quella più urbanizzata, è anche la più vulnerabile ed esposta alle pressioni insediative e ai rischi ambientali. Tutta l'area dei vini è soggetta al pericolo di esondazione e, seppur in maniera meno incisiva, di frane e valanghe. Qui si registrano il 94,4% degli eventi calamitosi avvenuti nella ZO Canavese tra il 2008 e il 2014. Non ci sono stabilimenti a rischio (assenti in tutta la ZO), ma dei 20 siti da bonificare ben 19 sono localizzati nei comuni del vino.

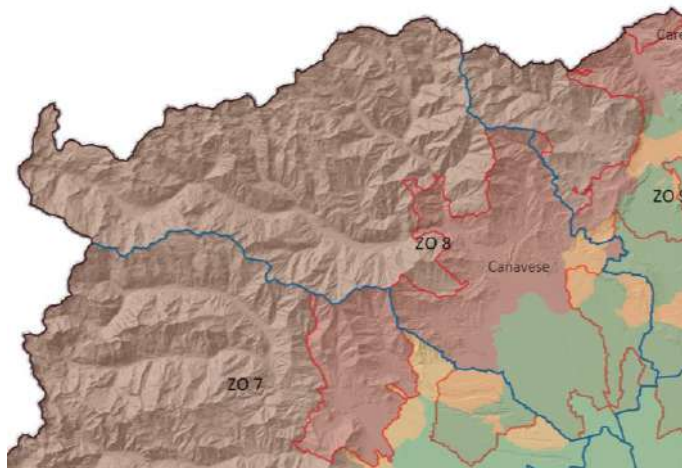
La specializzazione agricola della regione, oltre che dal numero di addetti, è anche confermata dalla percentuale di superficie utilizzata: nei comuni del vino si concentra il 62% della SAT e il 60% della SAU della ZO, di cui la totalità è a uso vitivinicolo, anche se la loro estensione è piuttosto limitata (229 ettari su 1.342 totali della CMT0).

Per quel che riguarda la fragilità del territorio, è utile sottolineare che nei comuni del vino si è verificato un incremento di suolo consumato del 10% nell'arco di 10 anni (2001-2011), il doppio rispetto alla media metropolitana. Come già evidenziato in precedenza in quegli anni non c'è stata una crescita di dispersione abitativa, tuttavia le percentuali di sprawl al 2011 arrivavano al 12% nel caso del fenomeno di powdering (sprawl di primo livello che misura l'espansione degli edifici in case sparse, che a livello di ZO è del 13%) e 11% di scattering (sprawl di secondo livello, edifici in nuclei /tot edifici, che nella ZO raggiunge il 17%), contro l'8% circa nella media metropolitana. Per il consumo di suolo la tendenza è inversa. Il fenomeno di dispersione ha infatti interessato in maniera significativa anche le aree di montagna, mentre l'espansione di suolo consumato si è concentrata prevalentemente nei comuni di collina e pianura (ossia nella regione

del vino): 8,3% vs 4,4% di CSU e 9,5% vs 5,1% di CSC. Percentuali comunque contenute se confrontate a livello metropolitano (CSU al 14,4% e CSC al 16,2%).

Da ultimo, la quota di rifiuti differenziati resta ancora bassa (la peggiore dopo Torino); solo il 45,7% dei rifiuti viene differenziato, percentuale che scende al 43,3% nella ZO, più di 10 punti percentuali in meno rispetto alla quota registrata nella CMT0 (54,6%).

8.3 Approfondimento statistico e cartografico



Caratteristiche principali della ZO 8:

1. Buon livello di infrastrutturazione e servizi nelle aree vitate
2. Ricchezze naturalistiche di pregio, specie in montagna, ma alta esposizione a rischi idrogeologici (frane e valanghe)
3. Aree montane fortemente attrattive (turismo invernale)

Nella ZO del Canavese i comuni vitati occupano la gran parte del territorio: 16 in montagna (su 27 totali), 5 in collina (totale) e 13 in pianura (su 14). Da questo ne consegue che la distribuzione della popolazione è decisamente sbilanciata verso i comuni della DOC, che risultano anche quelli più ricchi (in termini di Irpef). Tuttavia alcune dinamiche sono divergenti a seconda dell'area di riferimento: in montagna l'indice di vecchiaia nei comuni montani è dimezzato rispetto al resto, mentre in pianura le aree non vitate sono quelle più 'giovani'; la variazione demografica negli ultimi 10 anni mostra un forte calo in montagna, specie nei comuni non vitati, mentre in pianura aumenta (di 5 e 6 punti percentuali tra aree vitate e non). Nelle aree vitate risiede anche la percentuale maggiore di laureati/diplomati, così come di stranieri. Dal punto di vista occupazionale (numero UL e addetti) la dinamica segue la distribuzione demografica, tuttavia in montagna il tasso di disoccupazione maggiore si registra nelle aree vitate, simile in pianura.

Completamente opposto il quadro sul settore turistico. I comuni non vitati, anche se numericamente inferiori, sono quelli con dotazione maggiore e più forte attrattività. Questa differenza è data dalla presenza dei grandi poli turistici montani (specie del turismo invernale) collocati al di fuori delle aree DOC che evidentemente contribuiscono ad aumentare il divario. Nonostante questo fenomeno generale, in collina e in pianura i comuni turistici coincidono con quelli vitati.

Tutto ciò che riguarda le eccellenze artigiane, le produzioni (DOP, IGP, ecc.) e l'offerta culturale (dalle sagre, fiere ai musei) è esclusivamente concentrato nei comuni del vino.

Allo stesso tempo sono anche i comuni più urbanizzati, con un indice limitato di abitazioni libere, una densità stradale superiore, un'offerta di servizi commerciali e socio-assistenziale (strutture per anziani) maggiore e una copertura della rete telematica migliore.

Dal punto di vista delle risorse paesaggistiche la montagna vede una concentrazione maggiore; al suo interno (tra comuni del vino e resto del territorio) non ci sono grandi divergenze. Quello che emerge è la percentuale di aree protette che interessano principalmente le aree non vitate di montagna, aree in cui si registra la maggior esposizione a dissesti idrogeologici. Come già

sottolineato i comuni vitati sono quelli più urbanizzati, qui il consumo di suolo oltre ad aver impattato maggiormente, ha avuto anche un incremento più significativo (nell'arco di 5 anni). Per quel che riguarda la raccolta differenziata, i comuni vitati sono più virtuosi, seppur presentano ancora dei valori piuttosto bassi.

Tab.14 - Aspetti socio-economici

Aspetti socio-economici	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Popolazione (ab)	37.090	4.112	3.192		36.212	3.156
<i>totale</i>	41.202		3.192		39.368	
Variazione demo (%)	-0,5	-10,0	+1,7		+4,8	+6,3
<i>totale</i>	-1,6		+1,7		+4,9	
Ind. vecchiaia	193	370	244		173	163
<i>totale</i>	206		244		172	
Irpef (€/ab)	14.153	13.826	15.086		14.288	13.570
<i>totale</i>	14.120		15.086		14.230	
Laureati/diplomati (%)	33,1	29,3	38,3		34,9	32,1
<i>totale</i>	32,7		38,3		34,7	
Ind. Possesso diploma	31,3	24,8	35,9		33,9	30,7
<i>totale</i>	30,6		35,9		33,6	
Pop straniera (%)	9,8	4,4	6,8		7,7	6,7
<i>totale</i>	9,2		6,8		7,6	
Unità locali (n)	2.573	313	277		2.822	232
<i>totale</i>	2.886		277		3.054	
Addetti (n)	8.742	864	1.169		10.647	834
<i>totale</i>	9.606		1.169		11.481	
Tasso di disoccupazione	8,3	7,3	7,0		8,0	8,4
<i>totale</i>	8,2		7,0		8,1	

Fig. 24 - Variazione popolazione 2006-2016 (%); comuni DOC

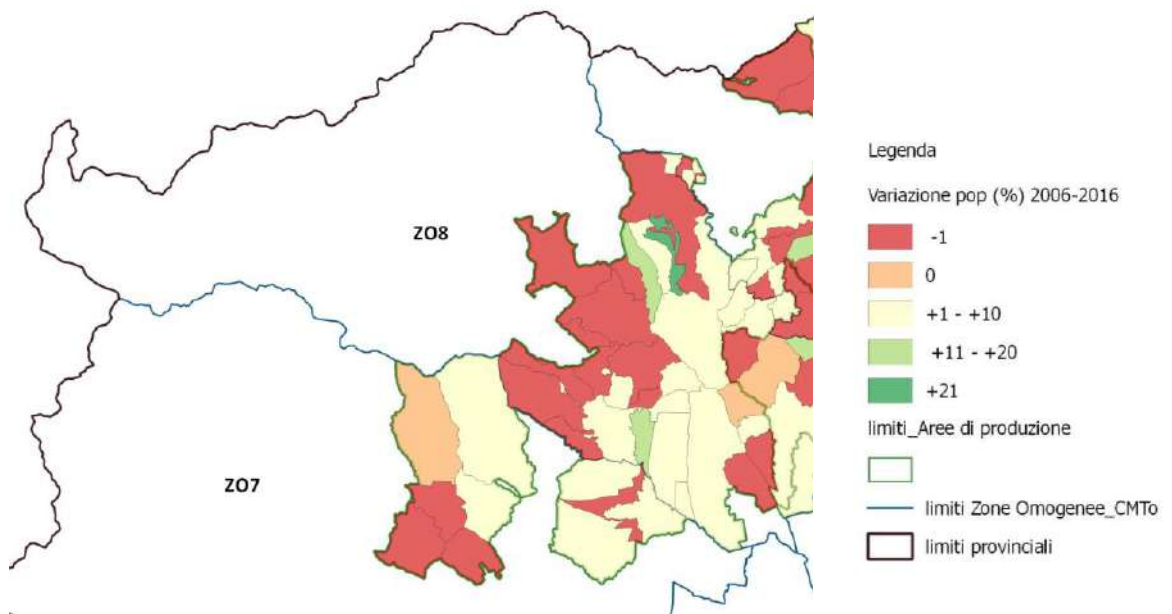
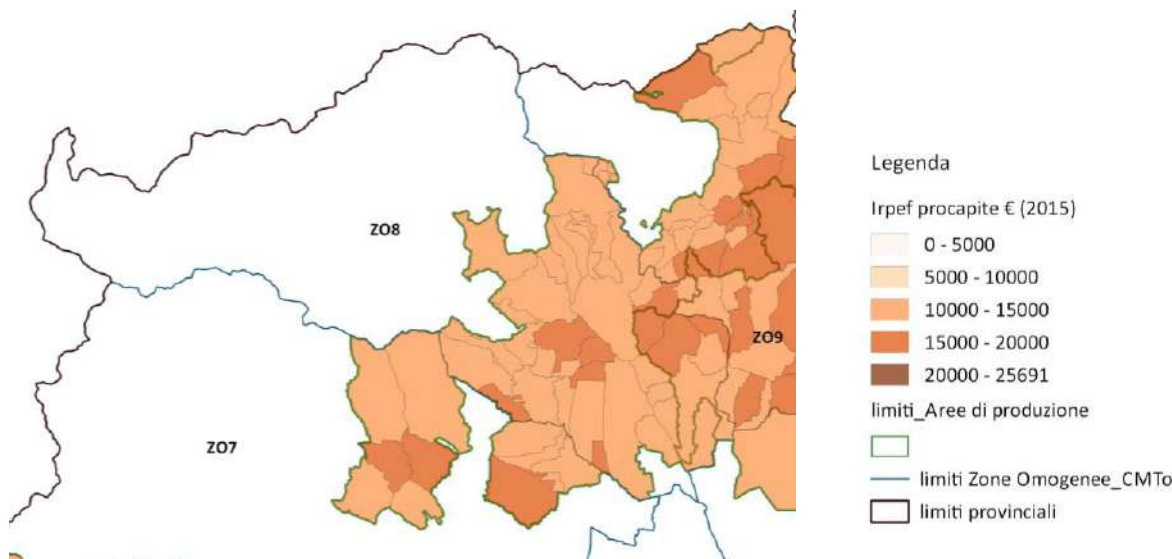


Fig. 25 - Irpef pro capite 2015 (€/ab); comuni DOC



Tab.15 - Turismo e vino

Turismo e vino	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Es. turistici (n)	38	54	10	0	17	0
<i>totale</i>	92		10		17	
Posti letto (n)	444	1.420	105	0	370	0
<i>totale</i>	1.864		105		370	
Arrivi (n)	1.887	10.087	0	0	69	0
<i>totale</i>	11.818		0		69	
Quota di turisti stranieri (%)	8	8	0	0	10	0
<i>totale</i>	8		0		10	
Presenze (n)	7.018	26.584	0	0	130	0
<i>totale</i>	33.602		0		130	
TMP (gg)	3,7	2,4	0	0	1,9	0
<i>totale</i>	2,6		0		1,9	
Manifestazioni fieristiche (n)	8	0	0	0	6	0
<i>totale</i>	8		0		6	
Sagre (n)	5	0	1	0	7	0
<i>totale</i>	5		1		7	
Addetti Agricoltura (n)	431	97	36	0	450	52
<i>totale</i>	528		36		502	
Addetti Industrie alimentari e bevande (n)	132	11	20	0	254	28
<i>totale</i>	143		20		282	
Eccellenze artigiane (n)	37	1	3	0	16	4
<i>totale</i>	38		3		20	
Produzioni DOP o IGP esclusa vite	8	1	1	0	15	2
<i>totale</i>	9		1		17	
Produzioni vitivinicole DO	24	2	34	0	47	0
<i>totale</i>	26		34		47	
Sup. vitata per DO	22	2	30	0	66	0
<i>totale</i>	24		30		66	
Aree con denominazione DOC/DOCG (n)	0	0	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0		0	
Musei (n)	1	0	0	0	1	0
<i>totale</i>	1		0		1	
Visitatori musei (n)	2.068	0	0	0	50.629	0
<i>totale</i>	2.068		0		50.629	

Fig. 26 - Ricettività: posti letto; comuni DOC

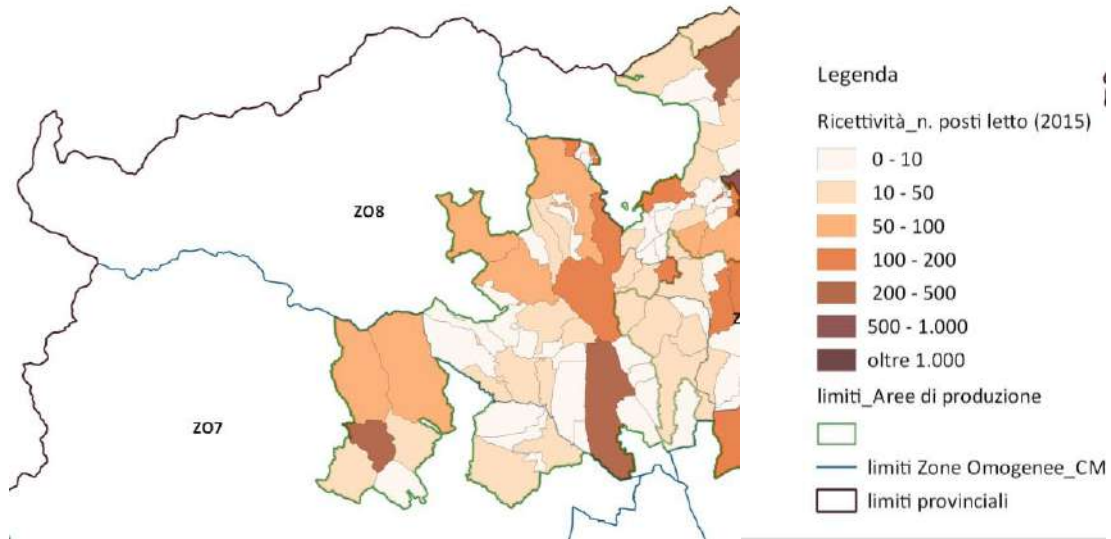
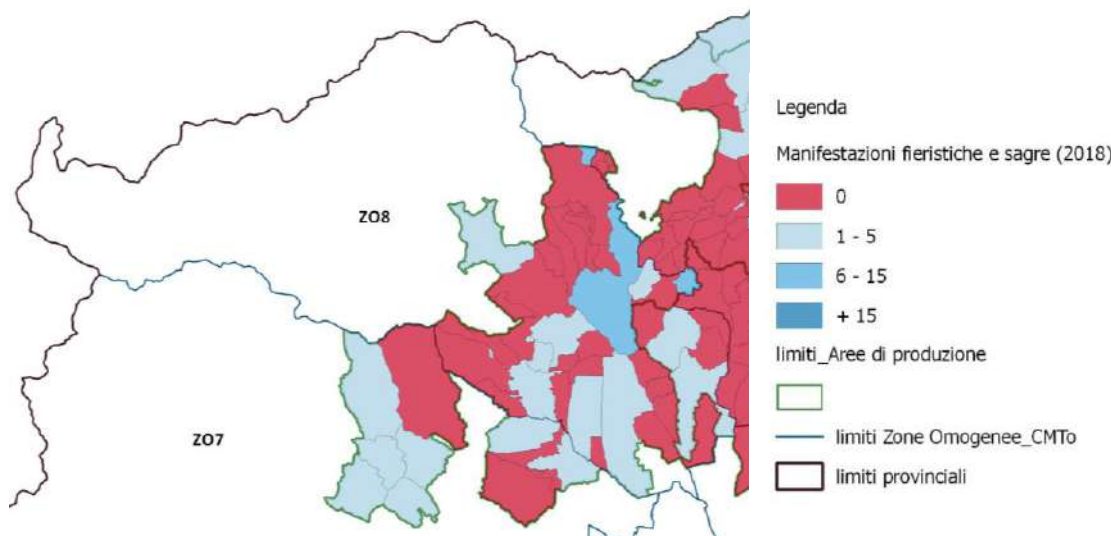


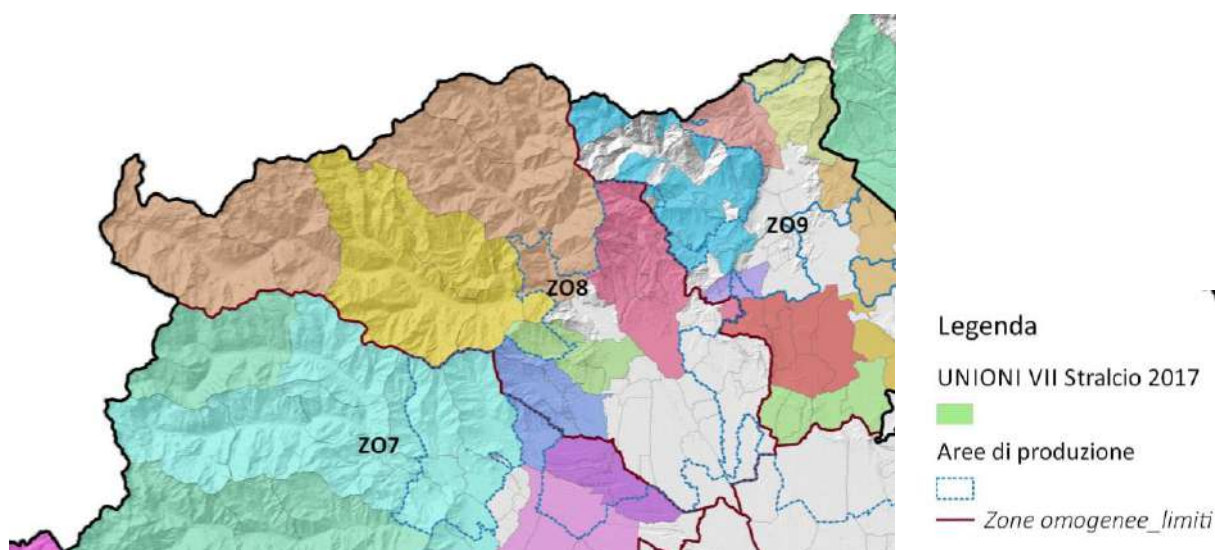
Fig. 27 - Fiere e sagre; comuni DOC



Tab.16 - Infrastrutture e servizi

Infrastrutture e servizi	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Comuni tot (n)	16	11	5	0	13	1
<i>totale</i>	27		5		14	
Unioni di comuni (n)	15	11	0	0	0	0
<i>totale</i>	26		0		0	
Tasso non occupazione abitazioni (%)	24	74	30	0	11	7
<i>totale</i>	39		30		10	
Pop sparsa (%)	8	7	14	0	5	3
<i>totale</i>	8		14		5	
Variazione pop sparsa	-21	-16	-10	0	-6	-56
<i>totale</i>	-20		-10		-10	
Rete stradale (km)	717	312	110	0	468	43
<i>totale</i>	1.029		110		511	
Densità stradale (km/Kmq)	2,5	0,6	3,8	0	3,6	3,9
<i>totale</i>	1,3		3,8		3,6	
Es. vicinato (n)	458	52	22	0	537	25
<i>totale</i>	510		22		562	
Centri Commer. grandi strutture (n e sup)	2 (7.646mq)	0	0	0	1 (6.000mq)	0
<i>totale</i>	2 (7.646mq)		0		1 (6.000mq)	
Strutture anziani posti letto (n)	223	249	117	0	240	0
<i>totale</i>	472		117		240	
Pop Digital Divide (%)	12,6	84,6	33,5	0	0,6	0
<i>totale</i>	20,1		33,5		0,5	

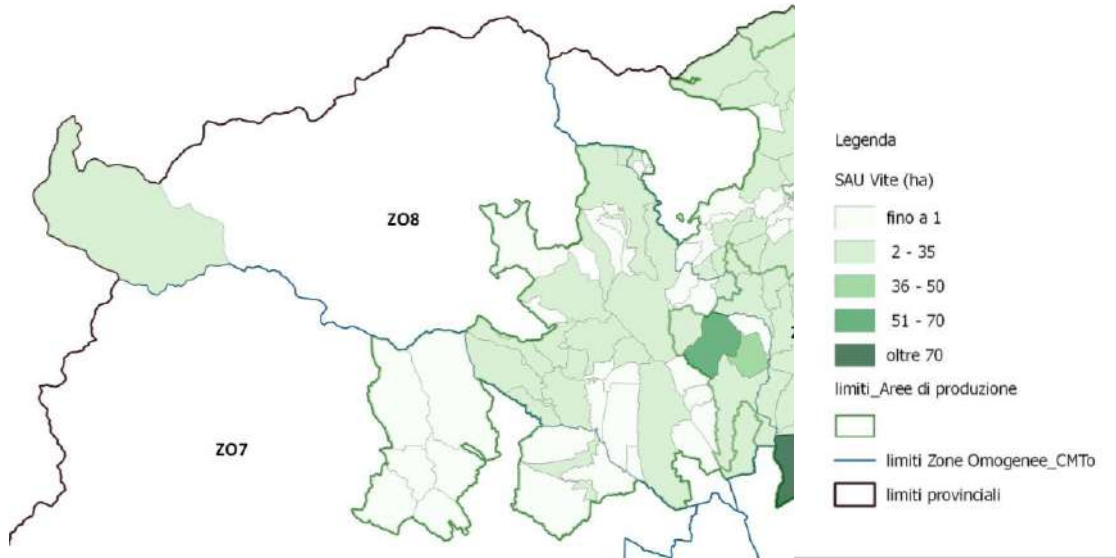
Fig. 28 - Unioni di comuni



Tab.17 - Aspetti ambientali

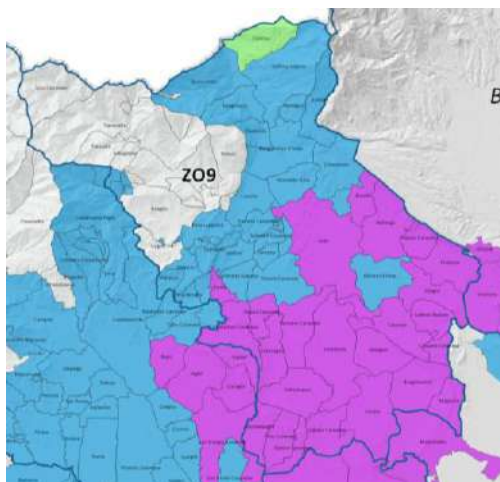
Aspetti ambientali	Montagna		Collina		Pianura	
	DOC	non DOC	DOC	non DOC	DOC	non DOC
Componenti storico-culturali (n)	169	133	22	0	89	3
<i>totale</i>	302		22		92	
Componenti percettivo-identitarie (n)	145	159	29	0	84	2
<i>totale</i>	304		29		86	
Componenti morfologico-insediative (n)	0	0	0	0	1	0
<i>totale</i>	0		0		1	
Componenti naturalistico-ambientali (n)	11	25	0	0	1	0
<i>totale</i>	36		0		1	
Eccellenze (n)	7	0	0	0	1	0
<i>totale</i>	7		0		1	
Unesco-Paesaggi Vino (n)	0	0	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0		0	
SAT (ha)	6.957	9.250	1.221	0	7.896	638
<i>totale</i>	16.207		1.221		8.534	
SAU (% SAT)	85,3	93,7	75,2	0	91,4	86,0
<i>totale</i>	90,1		75,2		91,0	
SAU vite (ha)	89	1	54	0	86	0
<i>totale</i>	90		54		86	
Eventi calamitosi (n)	14	1	0	0	3	0
<i>totale</i>	15		0		3	
Stabilimenti rischio incidente (n)	0	0	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0		0	
Aree protette (%)	28,4	50,8	2,6	0	0	0
<i>totale</i>	42,7		2,6		0	
Sup. PAI (%)	0,3	0,3	0	0	0	0
<i>totale</i>	0,3		0		0	
Sup. PAI esondazioni (ha)	142	0	0	0	13	0
<i>totale</i>	142		0		13	
Sup. PAI altri dissesti (ha)	265	920	2	0	0	0
<i>totale</i>	1.185		2		0	
Siti contaminati (n)	6	0	1	0	12	1
<i>totale</i>	6		1		13	
Siti da bonificare (n)	6	0	1	0	12	1
<i>totale</i>	6		1		13	
CSC (%)	7,7	1,1	10,2	0	13,5	14,4
<i>totale</i>	3,5		10,2		13,6	
Incremento suolo urbanizzato (%)	+13	+5	+6	0	+7	+4
<i>totale</i>	+11		+6		+6	
Raccolta differenziata (% RT)	42	22	60	0	48	19
<i>totale</i>	40		60		46	
Sprawl fisico 1 liv (%)	16	17	17	0	6	3
<i>totale</i>	16		17		6	
Sprawl fisico 2 liv (%)	15	41	10	0	5	1
<i>totale</i>	24		10		5	
Variazione Sprawl 1 I (%)	0,6	2,5	1,5	0	0,0	-0,6
<i>totale</i>	1,3		1,5		0,0	

Fig. 29 - SAU Vite; comuni DOC



9 - La Zona Omogenea n.9 Eporediese

9.1 In sintesi



Nella ZO Eporediese i comuni interessati dalla produzione di uve per vini DOC e DOCG sono 51 ed occupano la quasi totalità della ZO. In tutti si producono le uve per i vini DOC Canavese. In più nel comune di Carema si producono le uve per i vini Carema e nei comuni più a Sud (ad eccezione di Albiano d'Ivrea) quelle per i vini DOCG Erbaluce di Caluso.

Si segnalano i casi di Alice Superiore, Lugnacco, Pecco e Vistrorio le cui isole amministrative decentrate sono concentrate al confine con la zona omogenea n.8, in corrispondenza di Castelnuovo Nigra.

L'area di studio si estende su gran parte della zona dell'Eporediese interclusa all'interno della Serra Morenica. Il territorio è caratterizzato da una serie di gradoni scavati nella roccia che danno luogo a dei terrazzamenti costituiti dall'alternanza di muraglioni a secco con funzioni di sostegno, costituiti da una serie di pilastri in pietra e calce dalla forma tronco-conica sormontati da una sorta di cappello in pietra sul quale poggiano i graticci che sostengono i tralci delle viti. È l'*architettura topiaria*. Nel dialetto locale infatti la struttura a pergola dei vigneti è chiamata "topia" o "tupiun", mentre si definiscono "pilun" i bianchi pilastri che la sorreggono e che hanno suggerito l'insolita definizione di "templi bacchici" (Renato Ratti). Oltre ad essere un elemento di identità territoriale, simbolo della cultura e delle tradizioni locali, le *topie* svolgono una funzione importantissima: immagazzinano il calore del sole rilasciandolo poi durante la notte, attenuando così l'escursione termica tra il giorno e la notte.

La ricca qualità e varietà vitivinicola e l'unicità del suo paesaggio, modellato dai cordoni e dalle serre dell'anfiteatro morenico, rendono questo territorio, recentemente interno alla lista Unesco, adatto a recepire e implementare la produzione vitivinicola e agro-gastronomica, soprattutto nelle aree "core" più vocate.

9.2 I dati

Dal punto di vista socioeconomico la regione di produzione vinicola, coprendo la gran parte del territorio eporediese esclusa la zona montuosa nord-orientale, è la più "forte" dal punto di vista demografico e economico. Comprende 51 comuni su 58, un'area di 431 Km², corrispondenti al 78% della superficie totale della ZO (551 km²) ed è nella regione dei vini che si concentra dunque la quasi totalità della popolazione (96,7%). A fronte dell'esclusione dei comuni più periferici dall'area di produzione, i comuni del vino risultano evidentemente anche i più ricchi: nel 2015 l'Irpef pro capite è stato di 15.687€ (contro i 15.580 nella ZO), l'indice di vecchiaia è inferiore (225 contro i 227 della ZO, ma superiore alla media metropolitana 183,7) e la quasi totalità degli stranieri risiede nei comuni del vin (con una quota del 7%). Anche dal punto di vista economico c'è una netta superiorità: pressoché tutte le imprese sono collocate nei 51 comuni del vino. Al 2015 si registra il 97,5% delle UL e il 99% degli addetti. Presenta anche dinamiche demografiche leggermente migliori, con una variazione di popolazione (tra il 2006 e il 2016) inferiore a quella della ZO complessiva (-0,68% contro -0,93%) e un saldo naturale, seppur in negativo, resta più

basso rispetto al calo generale (-537; -570 per la ZO). A fronte di una distribuzione della popolazione per fasce di età molto simile (12% circa della popolazione residente ha meno di 15 anni, il 60% ha un'età compresa tra 15-64 anni e il restante 27% è costituito dagli over 65enni). Il tasso di disoccupazione è piuttosto basso (se confrontato con le altre aree o ZO): 7,87 nell'area dei vini (lo stesso della ZO) contro l'8,4 della CMTo.

L'area di analisi è anche quella in cui si concentrano maggiori infrastrutture e servizi, di conseguenza la spesa sanitaria pro capite è maggiore (811 vs 784 della ZO); il 39% di pop over 18 dell'Eporediese che ha almeno il diploma è concentrato nei territori del vino (quasi la totalità). Coerentemente al grado di infrastrutturazione e al numero di popolazione presente, la zona di produzione del vino ha tassi più positivi di incidentalità viaria (99%).

Con riferimento al **comparto enoturistico**, nella regione oggetto di analisi si concentra il 98,9% della superficie vitata con denominazione di origine (DO), il 98,3% delle produzioni viticole DO, il 50% delle produzioni di DOP e IGP esclusa la vite e il 56% delle attività riconosciute come eccellenze artigiane. Consistente è anche la presenza del 100% degli addetti in UL del settore delle bevande e del 98% del settore dell'alimentari. A questo si aggiunge il 90,4% di addetti in agricoltura. Un settore, quest'ultimo che, pur raggiungendo un buon livello di specializzazione (indice: 2,27 nella regione del vino contro l'1,38 nella ZO e 1,5 nella CMTo) resta piuttosto basso se confrontato con le altre aree di produzione vitivinicola (il più alto è 5,9 nel Chivassese). A confermare l'alto grado di attrattività di questo territorio è anche il comparto turistico, nella regione dei vini si concentra infatti la quasi totalità dell'offerta turistica con il 90% degli esercizi turistici della ZO e l'89% dei posti letto; a questo si aggiunge l'offerta culturale data dai 2 musei, gli unici dell'Eporediese, che tuttavia contano circa 80.500 visitatori l'anno e le 11 sagre annuali. La domanda risulta quindi molto positiva con un 98% di arrivi e 97% di presenze (sul totale di quelli registrati nell'Eporediese), prevalentemente italiani (nella regione dei vini i flussi italiani arrivano al 73% per gli arrivi e al 60% le presenze. Il tempo medio di pernottamento è di 1,2 notte.

Dal punto di vista infrastrutturale il divario tra i territori del vino e il resto dell'Eporediese è piuttosto marcato, perché, come ribadito in precedenza, i comuni esterni all'area dei vini sono quelli più marginali localizzati nella zona nord-occidentale di montagna. Nella zona dell'Eporediese, infatti, i comuni vitivinicoli detengono l'87,8% della rete stradale, anche se la densità della copertura viaria non è così impattante (3,8 regione dei vini; 3,4 nella ZO; 4 nella media metropolitana). È evidente che nei 51 comuni (su 58 totali) si concentra anche la maggior parte delle abitazioni (92,8%), con un tasso di non occupazione del 20% (22% nella ZO contro il 19,5% nella media della CMTo). Coerentemente a una concentrazione maggiore di edifici nei comuni del vino, quelli che presentano un cattivo stato di conservazione rappresentano il 92,5% rispetto al numero totale registrato nella ZO (398 su 430 totali nell'Eporediese), tuttavia l'incidenza degli edifici invece ben conservati è simile a quella della ZO, rispettivamente 85,6% contro 84,3% nell'Eporediese, in entrambi i casi inferiore alla media metropolitana (86,7%). I dati analizzati, nonostante mostrino valori negativi più alti nella regione dei vini, in realtà i 7 comuni esterni, da soli, sono quelli più svantaggiati anche sotto il profilo abitativo, oltre che infrastrutturale. Anche i dati sullo sprawl confermano questo divario, infatti il fenomeno di dispersione insediativa di primo livello (edifici in case sparse/ edifici totali) è maggiore nella ZO che nell'area dei vini (rispettivamente 11 e 9, contro l'8,7% della CMTo), mentre lo sprawl di secondo livello (edifici in nuclei/ed totali) è lo stesso per ZO e comuni vitivinicoli (3), di gran lunga inferiore alla media metropolitana (8). L'unica piccola variazione che si è verificata nell'arco di dieci anni (2001-2011) ha interessato i 7 comuni montani dell'Eporediese, tanto da far registrare un calo del -1% di sprawl per la ZO, mentre è nulla

la variazione nella regione dei vini. La percentuale maggiore di popolazione sparsa riguarda comunque i territori di produzione (88%) che dal 2001 al 2011 ha visto una riduzione di 941 residenti (contro i -1.183 della ZO).

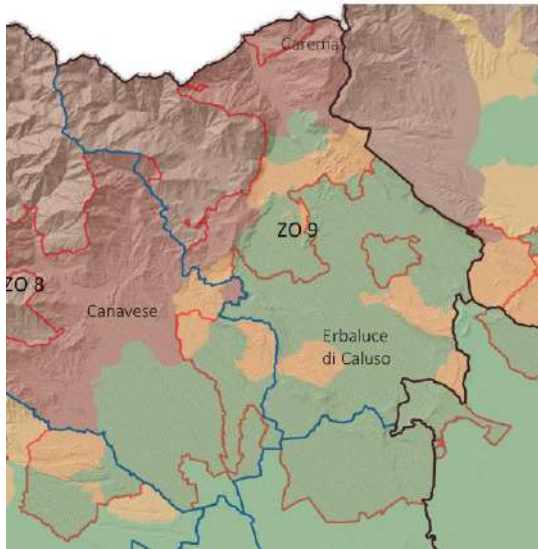
La dotazione di servizi e infrastrutture è più che commisurata alla popolazione e, di conseguenza, l'area dei vini è quella maggiormente servita: la regione del vino nel suo complesso ospita il 98,4% degli esercizi di vicinato, il 100% dei centri commerciali di grandi dimensioni (4 totali), il 100% dei posti letto ospedalieri (2 gli ospedali presenti), il 98,8% dei posti letto in strutture residenziali per anziani e il 100% dei posti in strutture per la prima infanzia. In generale nell'Eporediese non vi sono né discariche, né inceneritori; il digital divide resta una delle debolezze dell'intera ZO: la quota di popolazione esclusa da connessioni internet veloci è del 12,2% nella ZO e 10,3% nella regione dei vini, quasi il doppio rispetto alla Città metropolitana (6,9%).

Dal punto di vista ambientale si connota per una buona concentrazione di dotazioni paesaggistiche, tuttavia l'area è fortemente esposta a rischi e pressioni ambientali. Con riferimento alle dotazioni la regione vitivinicola ospita l'89,4% del totale delle componenti complessivamente attribuite alla ZO dal PPR, così ripartite: il 90% delle componenti storico-culturali; l'89,3% delle percettivo-identitarie e il 75% delle naturalistico-ambientali. A queste si aggiunge il 100% delle eccellenze (e beni vincolati a livello nazionale totali). Non risultano invece componenti di tipo morfologico-insediative, né beni Unesco. Nulla la quota di aree protette.

La specializzazione agricola della regione è molto evidente (come evidenziato in precedenza): nella zona si concentra il 77% della SAT e il 76% della SAU della ZO, di quest'ultima il 100% è destinato alle superfici vitate. Queste ultime sono, tra l'altro le più estese (dal confronto con le altre regioni e ZO), 302 ha totali perché evidentemente la regione vitata dell'Eporediese ingloba tre aree vitivinicole, quella di Carema, Canavese ed Erbaluce. Tuttavia le superfici coltivate sono piuttosto limitate se confrontate con i 1.342 ha della CMT0 (22,5%).

Il territorio è molto fragile: nei comuni del vino si è verificato l'86,6% degli eventi calamitosi totali occorsi tra il 2008 e il 2014 ed è inoltre fortemente esposto a rischi procurati da dissesti come valanghe e frane (70,6%), non ci sono invece stabilimenti a rischio incidente. Sempre nei comuni del vino si trova però il 100% dei siti contaminati e da bonificare (11 totali). A fronte delle pressioni di dispersione insediativa, si aggiunge anche la minaccia dell'impermeabilizzazione dei suoli; tanto la quota di suolo consumato quanto quella di suolo urbanizzato sono superiori a quello della ZO: il CSC è dell'11% contro il 9% della ZO e il CSU è di 9% vs 7,7% della ZO, in entrambi i casi poco significativo rispetto ai livelli della media metropolitana (16,2% CSC e 14,4% CSU). L'incremento del suolo urbanizzato è invece allineato sia tra ZO e aree vitivinicole, che rispetto al confronto con la CMT0 (+5%). Da ultimo, la quota di rifiuti differenziati è migliore nei comuni del vino (61,8% vs 60,6 % della ZO) anche rispetto alla media generale della CMT0 che si attesta al 54,6%.

9.3 Approfondimento statistico e cartografico



Caratteristiche principali della ZO 9:

1. Zona economicamente ricca (a livello metropolitano)
2. Buona dotazione di servizi e attrattività
3. Aree vitate maggiormente ricche e servite, specie in pianura (area Erbaluce)

L'Eporediese è quasi completamente un territorio vitato. I 12 comuni montani (su 19 totali), tutti i 10 comuni di collina e i 29 di pianura rientrano nei territori della DOC (Carema e Canavese) e DOCG (Erbaluce). Questo significa che esclusi i 3.000 residenti dei 7 comuni non vitati di montagna, il resto degli 87.000 abitanti (circa) vive in area DOC. Restringendo dunque le analisi solo alle aree vitate, è opportuno distinguere le dinamiche socio-economiche e territoriali per fasce altimetriche. La pianura (che coinvolge più comuni, tra cui Ivrea e altri centri maggiori) è sicuramente l'area più forte; la montagna al contrario è la fascia più in difficoltà. A incidere sui valori negativi registrati in montagna sono per lo più i comuni esterni alla DOC. In ogni caso dal punto di vista demografico le aree interne complessivamente hanno visto un calo della popolazione del -3% in dieci anni (come in collina); l'indice di vecchiaia è il più alto (tuttavia meglio nelle aree vitate montane che in quelle di collina) e il reddito è il più basso. Anche dal punto di vista formativo i comuni di montagna sono quelli più in difficoltà; il numero di occupati è ridotto rispetto al resto del territorio, tuttavia l'indice di disoccupazione maggiore si registra in collina e in pianura. Dal punto di vista dell'attrattività sicuramente i comuni del vino sono i più appetibili, sia per quel che riguarda l'offerta che la domanda. A differenza dell'offerta, distribuita in maniera piuttosto bilanciata tra montagna e pianura (il 57% degli esercizi turistici è in pianura; il 31% in montagna, di cui il 70% in aree vitate), la domanda è decisamente concentrata in pianura (dei 26.5000 arrivi, circa 24.300 flussi sono registrati in pianura, solo 5.700 quelli in montagna; in pianura inoltre si contano 54.600 presenze contro le 14.400 della montagna). La pianura è anche la zona più vocata per l'agricoltura, la maggior parte delle produzioni si concentrano in questa zona; tuttavia la montagna vanta un numero discreto di sagre e manifestazioni fieristiche e eccellenze artigiane.

La montagna sconta un ulteriore problema, legato agli aspetti insediativi. Nonostante sia il territorio più "intatto", dove il consumo di suolo non è stato così impattante (come in pianura), tuttavia il numero di abitazioni non occupate, la percentuale di popolazione sparsa insieme al fenomeno di dispersione (sprawl) e la crescita di consumo di suolo, mostrano una fotografia piuttosto fragile della montagna. Una situazione ancor più critica se si aggiunge anche il problema dei dissesti idrogeologici dal punto di vista ambientale e la scarsa copertura di reti digitali dal punto di vista infrastrutturale (specie nelle aree non vitate).

Tab.18 - Aspetti socio-economici

Aspetti socio-economici	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Popolazione (ab)	7.634	2.964	14.466	0	64.630	0
<i>totale</i>	10.598		14.466		64.630	
Variazione demo (%)	-1,9	-7,8	-3,4	0	0,1	0
<i>totale</i>	-3,4		-3,4		0,1	
Ind. vecchiaia	221	299	231	0	224	0
<i>totale</i>	240		231		224	
Irpef (€/ab)	14.004	12.447	15.099	0	16.016	0
<i>totale</i>	13.569		15.099		16.016	
Laureati/diplomati (%)	36	32	40	0	42	0
<i>totale</i>	35		40		42	
Ind. Possesso diploma	33	29	39	0	41	0
<i>totale</i>	32		39		41	
Pop straniera (%)	5,3	3,5	8,6	0	6,8	0
<i>totale</i>	4,8		8,6		6,8	
Unità locali (n)	583	182	926	0	5.553	0
<i>totale</i>	765		926		5.553	
Addetti (n)	1.596	261	3.645	0	24.321	0
<i>totale</i>	1.857		3.645		24.321	
Tasso di disoccupazione	7,7	8,4	8,0		7,9	0
<i>totale</i>	7,9		8,0		7,9	

Fig. 30 - Variazione popolazione 2006-2016 (%); comuni DOC

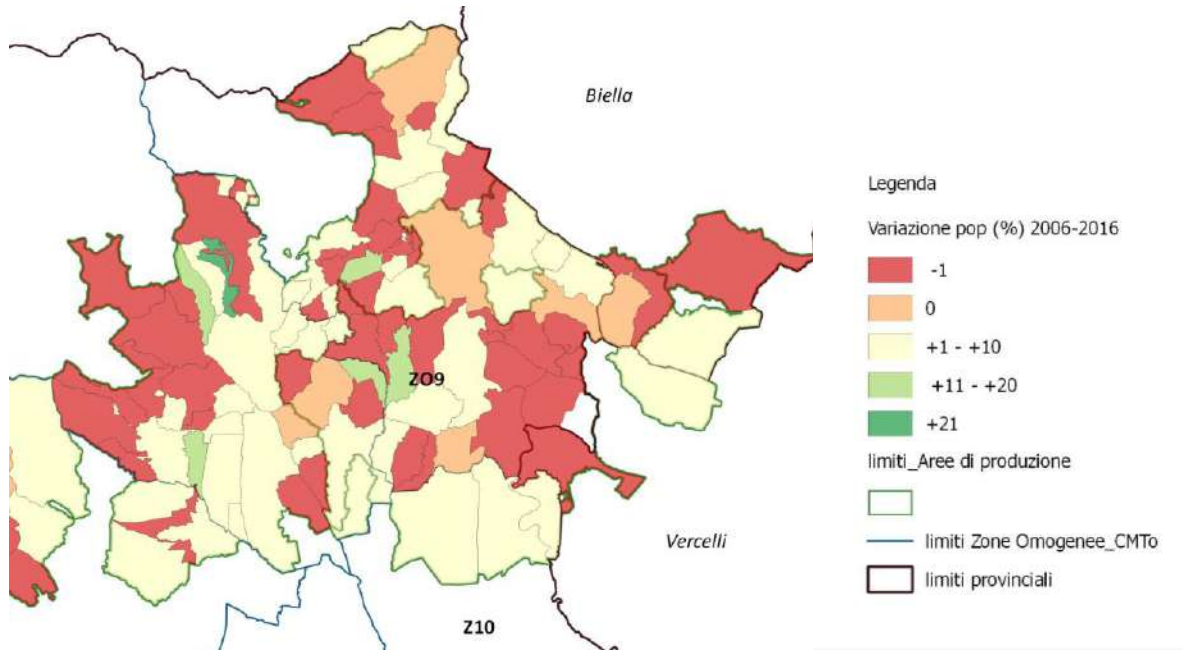
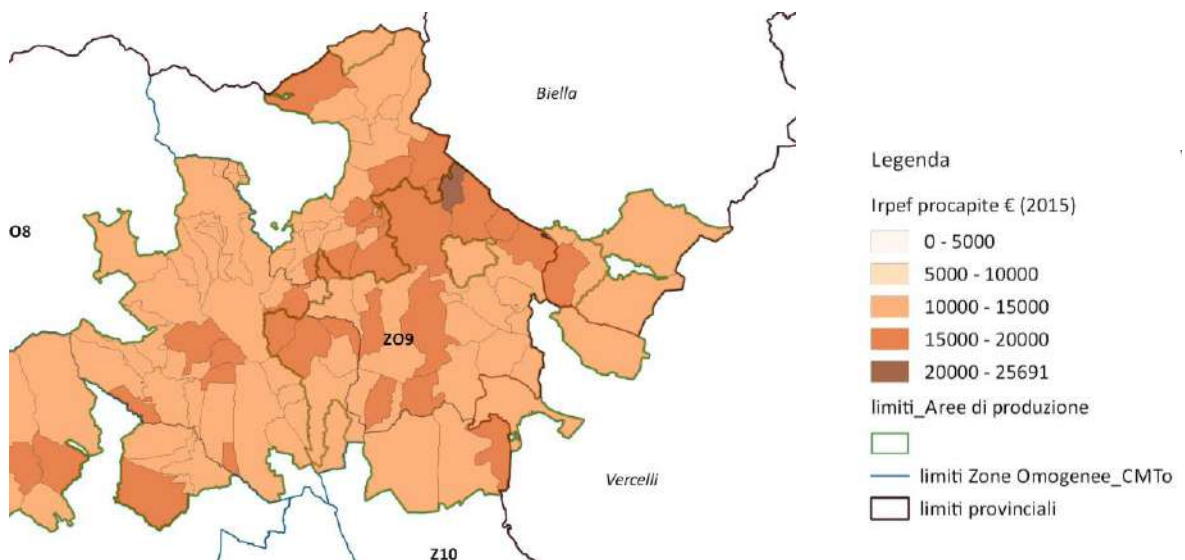


Fig. 31 - Irpef pro capite 2015 (€/ab) ; comuni DOC



Tab.19 - Turismo e vino

Turismo e vino	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Es. turistici (n)	31	13	18	0	81	0
<i>totale</i>	44		18		81	
Posti letto (n)	603	321	329	0	1.779	0
<i>totale</i>	924		329		1.779	
Arrivi tot (n)	4.866	797	8.455	0	25.247	0
<i>totale</i>	5.663		8.455		25.247	
Quota di turisti stranieri (%)	43	44	12	0	29	0
<i>totale</i>	43		12		29	
Presenze tot (n)	12.437	1.937	17.299	0	54.629	0
<i>totale</i>	14.374		17.299		54.629	
TMP (gg)	2,6	2,4	2,0	0	2,2	0
<i>totale</i>	2,5		2,0		2,2	
Manifestazioni fieristiche (n)	6	0	1	0	1	0
<i>totale</i>	6		1		1	
Sagre (n)	5	0	1	0	5	0
<i>totale</i>	5		1		5	
Addetti Agricoltura (n)	162	121	197	0	783	0
<i>totale</i>	283		197		783	
Addetti Industrie alimentari e bevande (n)	30	5	49	0	214	0
<i>totale</i>	35		49		214	
Eccellenze artigiane (n)	4	2	5	0	31	0
<i>totale</i>	6		5		31	
Produzioni DOP o IGP esclusa vite (n)	1	1	0	0	8	0
<i>totale</i>	2		0		8	
Produzioni vitivinicole DO (n)	53	0	12	0	188	0
<i>totale</i>	53		12		188	
Sup. vitata per DO (ha)	19	0	6	0	103	0
<i>totale</i>	19		6		103	
Aree con denominazione DOC/DOCG (n)	0	0	0	0	2	0
<i>totale</i>	0		0		2	
Musei (n)	0	0	1	0	1	0
<i>totale</i>	0		1		1	
Visitatori musei (n)	0	0	76.607	0	3.891	0
<i>totale</i>	0		76.607		3.891	

Fig. 32 - Ricettività: posti letto; comuni DOC

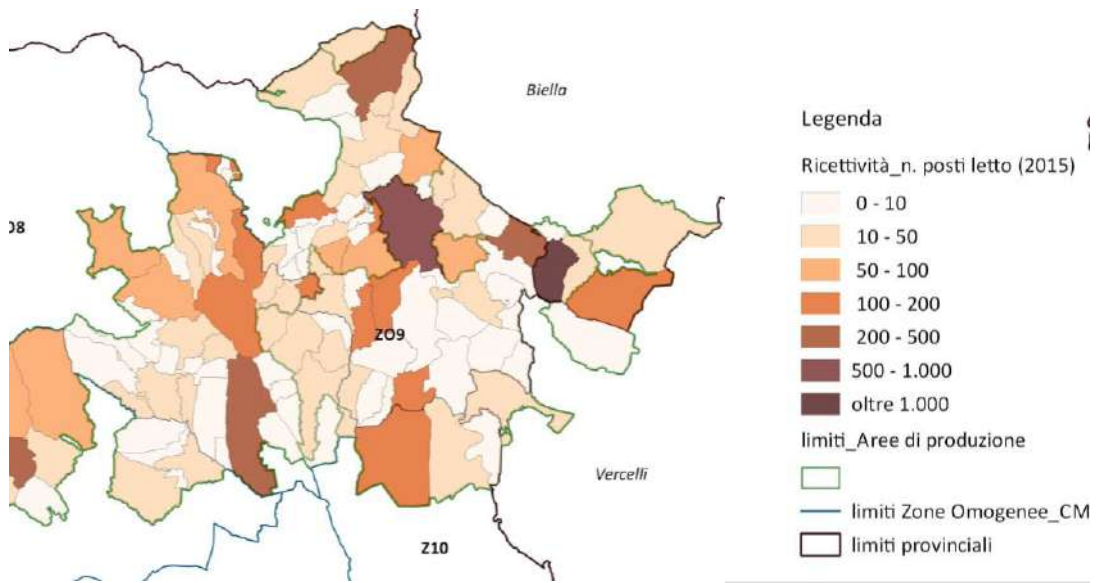
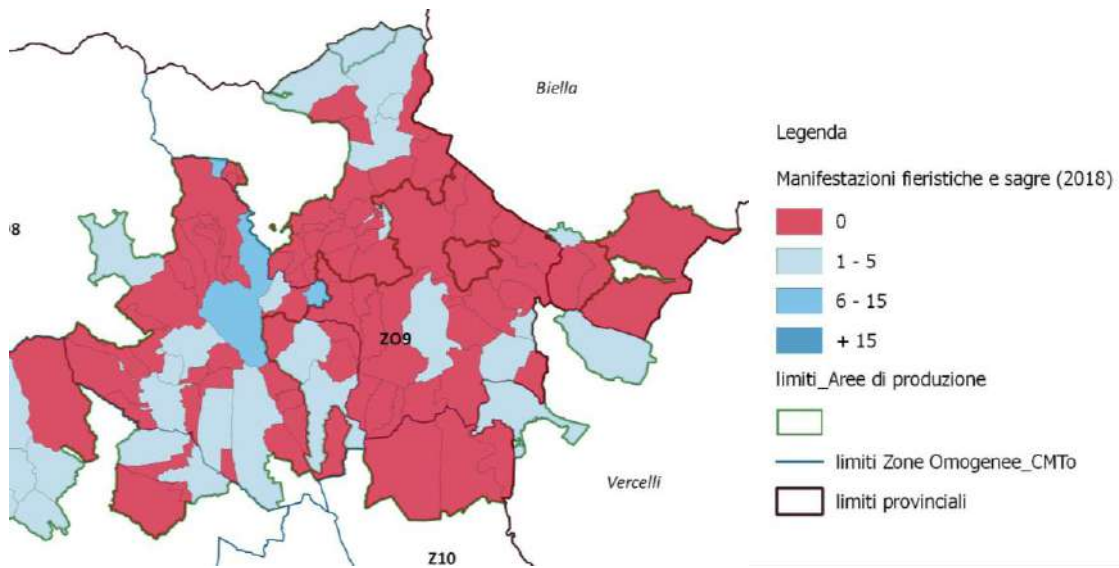


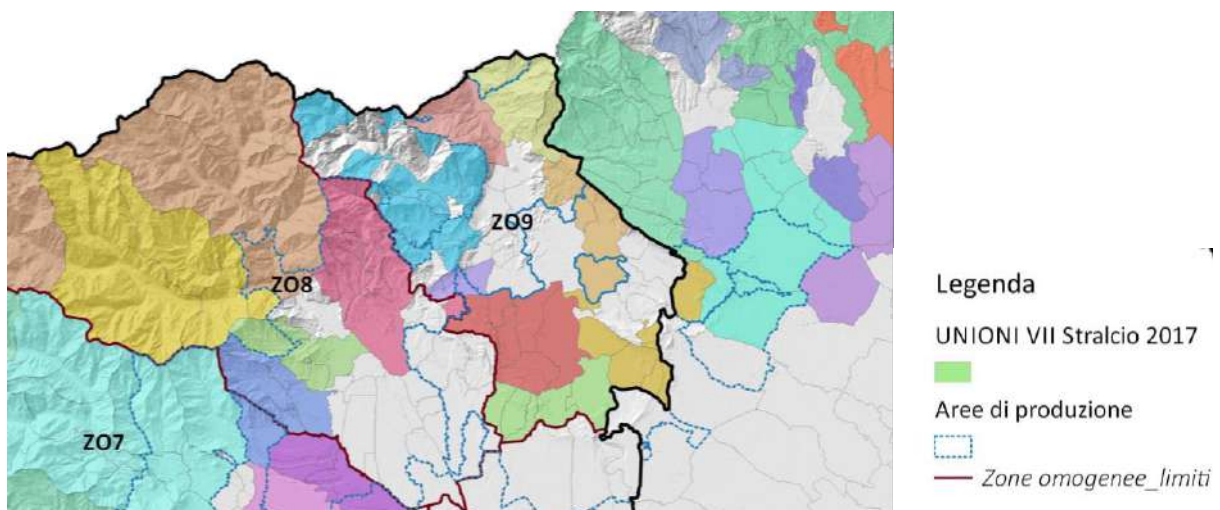
Fig. 33 - Fiere e sagre; comuni DOC



Tab.20 - Infrastrutture e servizi

Infrastrutture e servizi	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Comuni tot (n)	12	7	10	0	29	
<i>totale</i>	19		10		29	
Unioni di comuni (n)	10	5	6	0	17	
<i>totale</i>	15		6		17	
Tasso non occupazione abitazioni (%)	45	58	20	0	14	
<i>totale</i>	50		20		14	
Pop sparsa (%)	13	25	3	0	4	
<i>totale</i>	17		3		4	
Variazione pop sparsa (%)	-26	-23	-34	0	-4	
<i>totale</i>	-25		-34		-4	
Rete stradale (km)	315	228	271	0	1.060	
<i>totale</i>	543		271		1.060	
Densità stradale	3,2	1,9	4,0	0	4,0	
<i>totale</i>	2,5		4,0		4,0	
Es. vicinato (n)	95	24	113	0	1.236	
<i>totale</i>	119		113		1.236	
Centri Commer. grandi strutture (n e sup)	0	0	1 (4.455mq)	0	3 (14.741mq)	
<i>totale</i>	0		1 (4.455mq)		3 (14.741mq)	
Strutture anziani posti letto (n)	77	0	0	0	322	
<i>totale</i>			0		322	
Pop Digital Divide (%)	21,3	66,8	12,6	0	8,4	
<i>totale</i>	34,4		12,6		8,4	

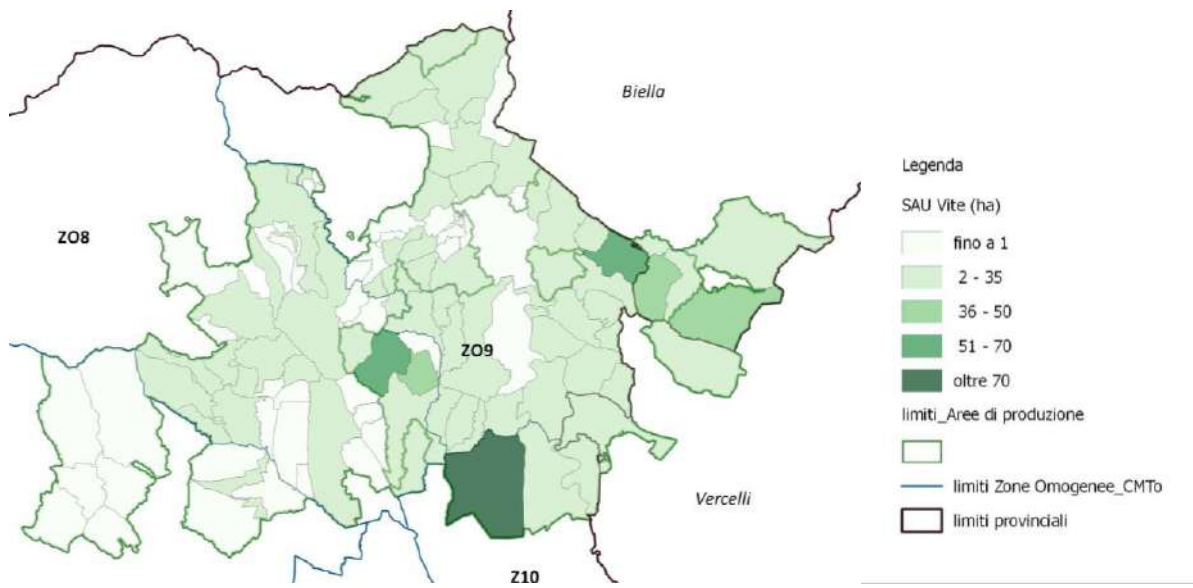
Fig. 34 - Unioni di comuni



Tab.21 - Aspetti ambientali

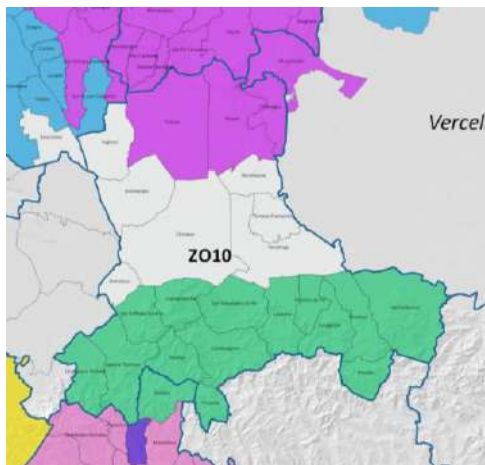
Aspetti ambientali	Montagna		Collina		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Componenti storico-culturali (n)	47	29	44		186	
<i>totale</i>	76		44		186	
Componenti percettivo-identitarie (n)	136	68	118		312	
<i>totale</i>	204		118		312	
Componenti morfologico-insediative (n)	4	0	0		2	
<i>totale</i>	4		0		2	
Componenti naturalistico-ambientali (n)	2	5	3		10	
<i>totale</i>	7		3		10	
Eccellenze (n)	0	0	0		3	
<i>totale</i>	0		0		3	
Unesco-Paesaggi Vino (n)	0	0	0		0	
<i>totale</i>	0		0		0	
SAT (mq)	3.553	5.484	2.006		12.748	
<i>totale</i>	9.037		2.006		12.748	
SAU (% SAT)	82,9	88,1	74,6		87,1	
<i>totale</i>	86,1		74,6		87,1	
SAU vite (ha)	64	0	34		204	
<i>totale</i>	64		34		204	
Eventi calamitosi (n)	21	6	3		15	
<i>totale</i>	270		3		15	
Stabilimenti rischio incidente (n)	0	0	0		0	
<i>totale</i>			0		0	
Aree protette (%)	0,4	0	0		1,2	
<i>totale</i>	0,2		0		1,2	
Sup. PAI (%)	0	0	0,3		0,3	
<i>totale</i>	0		0,3		0,3	
Sup. PAI esondazioni (ha)	0	0	1		0	
<i>totale</i>	0		1		0	
Sup. PAI altri dissesti (ha)	1.002	416	0		0	
<i>totale</i>	1.418		0		0	
Siti contaminati (n)	2	0	1		8	
<i>totale</i>	2		1		8	
Siti da bonificare (n)	2	0	1		8	
<i>totale</i>	2		1		8	
CSC (%)	6,6	3,0	11,0		12,6	
<i>totale</i>	4,6		11,0		12,6	
Incremento suolo urbanizzato (%)	+7	+4	+7		+5	
<i>totale</i>	+6		+7		+5	
Raccolta differenziata (% RT)	59	24	63		62	
<i>totale</i>	48		63		62	
Sprawl fisico 1 liv (%)	29	36	6		5	
<i>totale</i>	31		6		5	
Sprawl fisico 2 liv (%)	0	4	4		3	
<i>totale</i>	2		4		3	
Variazione Sprawl 1 (%)	+2	-6	-3		0	
<i>totale</i>	-1		-3		0	

Fig. 35 - SAU Vite; comuni DOC



10 - La Zona Omogenea n.10 Chivassese

10.1 In sintesi



Nella ZO del Chivassese i comuni interessati dalla produzione di uve per vini DOC e DOCG sono 17 ed occupano due distinte porzioni di territorio:

- a nord ci sono i comuni di produzione delle uve DOCG Erbaluce di Caluso e DOC Canavese;
- a sud i comuni di produzione per i vini DOC Collina Torinese;
- a separazione di queste, in mezzo, si trovano i comuni Foglizzo, Montanaro, Chivasso, Brandizzo, Rondissone, Torrazza Piemonte, Verolengo.

La differenziazione e disomogeneità morfologica e identitaria rendono quest'area difficile da considerare nella sua unitarietà. La parte nord si inserisce pienamente nel Canavese, mentre quella sud è connotata da dinamiche e processi tipici dell'area di gravitazione del capoluogo regionale. Tali differenze rendono ardua una politica di territorializzazione intorno al comparto vitivinicolo e agro-gastronomico, che può tuttavia interessare alcune significative nicchie, in primis l'Erbaluce di Caluso.

10.2 I dati

Dal punto di vista socioeconomico rispetto alla totalità della ZO la regione vinicola è quella maggiormente estesa ma meno popolata. Sebbene comprenda il 70,8% dei comuni (17 su 24 tot della ZO) e il 65,9% della superficie territoriale (279 kmq su 423) a livello demografico la quota di popolazione raggiunge solo il 47%. I comuni maggiori del Chivassese si concentrano infatti nella fascia centrale, esclusi dalle regioni dei vini del Freisa (a sud) ed Erbaluce (a nord), sono inoltre quelli che hanno avuto una crescita più consistente, infatti mentre la variazione di residenti è cresciuta del 6,9% nell'arco di dieci anni (2006-2016), nella regione del vino si è fermata al +3,3% (inferiore anche alla media metropolitana, 4%); inoltre il saldo naturale è negativo con una perdita di circa la metà dei residenti totali della ZO (-222 abitanti su -415 totali della ZO). Peggiora anche dal punto di vista dell'invecchiamento con un indice di vecchiaia che supera la media del Chivassese (185,4 rispetto al 174,5 della ZO) e della CMT0 (183,7). In generale la distribuzione per fasce d'età è simile a quella della zona di riferimento, in ogni caso il numero di anziani è maggiore nei comuni del vino: 13% circa della popolazione residente ha meno di 15 anni, il 63% ha un'età compresa tra 15-64 anni e il restante 24% è costituito dagli over 65enni. La quota di popolazione straniera è discreta e distribuita in maniera piuttosto omogenea: 6% per i comuni del vino così come per la ZO (7% nella media metropolitana).

Tuttavia a fronte di un indice di vecchiaia maggiore, la regione dei vini è più "ricca", l'Irpef pro capite è infatti di 15.205€ contro i 14.698 della ZO (14.959 della CMT0).

Anche le dinamiche economiche seguono la distribuzione della popolazione, nei comuni del vino sono presenti infatti il 48% delle UL e il 40,4% degli addetti totali della ZO. Gli occupati rappresentano esattamente il 47,4% del totale di quelli registrati nella ZO con un tasso di disoccupazione che si attesta al 7%, contro l'8% della ZO, in entrambi i casi inferiori alla media della CMT0 dell'8,4%.

In particolare una quota interessante di addetti che coinvolge maggiormente i comuni del vino riguarda il settore della ricerca (il 58% sul totale della ZO).

Anche per quel che riguarda la dotazione dei servizi, i comuni del vino scontano alcuni svantaggi, tra cui l'assenza di strutture ospedaliere (l'unico ospedale presente nella ZO è fuori dalla regione dei vini). Coerentemente alla distribuzione della popolazione per fasce di età, i posti nelle strutture di prima infanzia raggiungono solo il 36% rispetto al totale del Chivassese, mentre è maggiore l'offerta di posti nelle strutture per anziani, circa il 65% di quelli complessivi della ZO.

Migliore il livello di istruzione sia a livello di ZO che a scala metropolitana, la quota di popolazione over 18 che ha almeno il diploma è del 38,3% (contro il 36,9% del Chivassese e il 37,3% della CMTo); anche se in generale i diplomati nei comuni del vino sono il 50% di quelli registrati in tutto il Chivassese.

A fronte di una discreta dotazione infrastrutturale, il tasso di incidentalità è inferiore (36,6%), in linea con la distribuzione della popolazione.

Con riferimento al **comparto enoturistico**, nella regione oggetto di analisi si concentra il 98,9% della superficie vitata con denominazione di origine (DO), il 98,3% delle produzioni viticole DO; scende invece al 50% la percentuale delle altre produzioni DOP o IGP esclusa vite e al 56% la presenza di eccellenze artigiane. La totalità degli addetti in UL del settore delle bevande presenti nella ZO sono concentrati nell'area dei vini; alta anche la percentuale degli addetti nel settore degli alimentari, che arriva al 98,2%. Consistente anche la presenza di addetti in agricoltura (62%), soprattutto se confrontata rispetto alla percentuale di superficie agricola presente (SAT 57,3%). Ma se da un lato la specializzazione produttiva legata al vino emerge con forza non è così forte il comparto turistico. Nonostante nella regione oggetto di analisi si concentri una discreta ricettività data dal 71% degli esercizi turistici della ZO, l'area non offre molte opportunità in questo settore: non ci sono musei (assenti in tutta la ZO), c'è una sola manifestazione fieristica (l'unica della ZO), la percentuale dei posti letto scende al 50% e la domanda turistica di italiani e stranieri si riduce molto: gli arrivi totali sono il 27% (sul totale della ZO) - in genere più stranieri, seppur la differenza percentuale è lieve (29,7% gli stranieri della regione dei vini e il 26,8% degli italiani rispetto ai flussi della ZO) - mentre per le presenze la quota è ancor più ridotta (il 23% del totale della ZO), in questo caso il fenomeno è inverso con una percentuale maggiore di italiani (26,8% presenze italiane, 18,5% straniere rispetto alle presenze della ZO); il tempo medio di pernottamento è di 1,3 notte. Tra gli eventi turistico-culturali dell'area le sagre rappresentano il 57% di quelle promosse nel territorio del Chivassese (4 su 7).

Dal punto di vista infrastrutturale i territori del vino (seppur più estesi) sono più svantaggiati rispetto al resto dei comuni della ZO. La rete stradale dei comuni del vino copre infatti solo il 59% della rete complessiva della ZO (883 Km per 17 comuni contro 1.492 tot per 24 comuni). La densità è nella media della ZO con un 3,2 Km di rete/kmq di superficie territoriale, sottodimensionata alla media metropolitana (4 km/Kmq). Dal punto di vista insediativo, coerentemente alla percentuale di popolazione, il numero delle abitazioni nei comuni vitivinicoli raggiunge il 48% di quelle presenti nella ZO; la percentuale di quelle non occupate arriva all'88% (come per il resto del Chivassese 89%) e con un tasso di non occupazione leggermente maggiore alla ZO (12, 11 per la ZO). In più, rispetto al patrimonio immobiliare totale della ZO in pessime condizioni di conservazione, il 60% riguarda i comuni del vino; in generale gli edifici in buono stato incidono mediamente per l'85,4% (86,3% per la ZO; 86,7% nella CMTo). Il modello residenziale resta più disperso, nonostante ci sia stata una riduzione negli ultimi decenni: tra il 2001 e il 2011, nella ZO, lo

sprawl è diminuito del 3% come nei comuni del vino e il calo della popolazione sparsa ha riguardato quasi esclusivamente i residenti dell'area vitivinicola con -828 residenti (-888 complessivi nella ZO, il 93%). In ogni caso la popolazione maggiore della ZO che risiede in nuclei o case sparse è quella che risiede nei comuni vitivinicoli. Anche la dotazione di servizi e attrezzature è commisurata alla popolazione: la ZO presenta un'unica discarica ma esterna ai comuni dell'area vitata, non ci sono inceneritori; solo il 39% degli esercizi di vicinato del Chivassese sono localizzati nella regione del vino, anche l'unico ospedale presente è esterno all'area di analisi, tuttavia ospita il 65% dei posti letto in strutture residenziali per anziani e il 36% dei posti in strutture per la prima infanzia. In ultimo la quota di popolazione esclusa da connessioni internet veloci è la più alta, arriva al 18,7%, 11% per la ZO contro il 6,9 della Città metropolitana.

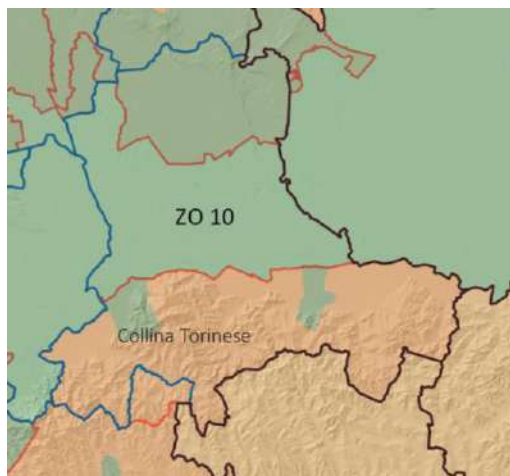
Dal punto di vista ambientale si connota per una discreta concentrazione di dotazioni paesaggistiche, a cui però fanno da contraltare comportamento e modelli insediativi non molto virtuosi (sprawl) e un maggior livello di rischio connesso a dissesti da valanghe e frane. Per quanto riguarda le dotazioni, la regione vitivinicola ospita il 72,4% del totale delle Componenti paesaggistiche della ZO (così come classificate nel PPR della Regione Piemonte), nello specifico: l'89% delle componenti naturalistico-ambientali della ZO, il 76% di quelle percettivo-identitarie della ZO e il 69,5% del patrimonio storico-culturale. Non risultano invece componenti di tipo morfologico-insediative, né eccellenze paesaggistiche e siti Unesco, che d'altro canto sono assenti in tutta la ZO. Il 74,5% delle aree protette della ZO interessano il territorio dei vini, tuttavia rappresentano una piccola porzione di territorio (la quota delle aree naturali è infatti del 6,6%, 5,9 nella ZO contro il 9% nella media della CMT0).

Le superfici agricole interessano una buona parte della ZO e sono distribuite in maniera piuttosto omogenea; nei comuni del vino le aree agricole ospitano il 57,3% della SAT e il 56% della SAU. La SAU, in particolare, è totalmente destinata a vite, ma si tratta di un'estensione molto ristretta, gli ettari destinati alla coltivazione infatti sono solo 170 ha totali.

Tra le debolezze dell'area analizzata c'è anche una forte fragilità del territorio, legata alle pressioni e ai rischi ambientali, primo fra tutti l'esposizione a valanghe e frane (il 100% dei rischi misurati nella ZO sono concentrati nella regione dei vini), inoltre degli eventi calamitosi verificatesi nel Chivassese tra il 2008 e il 2014, il 97% ha interessato i comuni del vino. Al contrario l'area non presenta rischi di esondazione (fenomeno che riguarda il resto dei comuni situati nella parte centrale della ZO), pochi i siti contaminati da bonificare (22%) ed infine non ci sono siti a rischio incidente (2 nella ZO).

Altro dato meno allarmante rispetto al resto del Chivassese riguarda il consumo di suolo; a fronte di una consistente dispersione insediativa (nella regione del vino lo sprawl è maggiore), la crescita dell'urbanizzazione ha interessato maggiormente le aree centrali della ZO, infatti nei 24 comuni totali mediamente il consumo di suolo complessivo (CSC) è stato del 10%, contro l'8% nei 17 comuni dei vini; il consumo da suolo urbanizzato (CSU) scende a 8% per la ZO e 7% per l'area vitivinicola, con un incremento rispettivamente del 5% e 4%. In ultimo si riscontra un buon livello di raccolta differenziata (la quota è del 57,3%, contro il 55,3 a livello di ZO e il 54,6% per la CMT0).

10.3 Approfondimento statistico e cartografico



Caratteristiche principali della ZO 10:

1. Regione del vino più estesa ma meno popolata
2. Vocazione agricola forte
3. Scarsa attrattività turistica

Dei 24 comuni della ZO Chivassese 12 ricadono in ambito collinare, coincidenti con l'area della DOC, e 12 in pianura, di cui 5 in area vitata. I comuni del vino sono in genere i comuni meno "vecchi" e più ricchi (Irpef medio pro capite di circa 15.000€). Il tasso di disoccupazione è anche inferiore (7% vs quello medio della ZO di circa 8%) e la zona emerge per la vocazione nel settore agricolo, specie in collina.

Di contro, la zona più attrattiva dal punto di vista turistico è quella non vitata, sia per quel che riguarda l'offerta che per la domanda. In particolare le presenze nei comuni non vitati di pianura raggiungono circa il 73% sul totale.

Guardando ai punti di debolezza dell'area DOC, si evidenzia: la presenza maggiore di popolazione sparsa (che in collina raggiunge il 14% contro il 2% della zona non vitata di pianura), una minore dotazione di strutture commerciali (sia esercizi di vicinato che centri commerciali) e un'alta percentuale di popolazione in divario digitale (17% nei comuni vitati di collina, 21% in quelli di pianura, contro il 5% nelle aree non vitate).

I principali punti di forza dei comuni del vino sono invece: la popolazione sparsa, che diminuisce in collina (-7) così come in pianura (-9), e la dotazione discreta e piuttosto omogenea di infrastrutture e servizi socio-assistenziali (strutture anziani). I comuni della DOC vantano inoltre una grande ricchezza storico-culturale e naturalistico-ambientale, con una discreta percentuale di aree protette. Non sono esposte a rischio esondazione (interessa le aree non vitate di pianura), ma in minima parte sono interessate da eventi calamitosi come frane e valanghe.

In collina il consumo di suolo non è stato così impattante come in pianura (specie nei comuni non vitati, dove si registra sia la percentuale che l'incremento maggiore di suolo urbanizzato).

Tab.22 - Aspetti socio-economici

Aspetti socio-economici	Collina		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Popolazione (ab)	30.340	0	16.717	52.912
<i>totale</i>	30.340		69.629	
Variazione demo (%)	+2,8	0	+4,1	+10,4
<i>totale</i>	+2,8		+8,8	
Ind. vecchiaia	177	0	202	165
<i>totale</i>	177		174	
Irpef (€/ab)	15.342	0	14.959	14.245
<i>totale</i>	15.342		14.418	
Laureati/diplomati (%)	39,3	0	36,5	35,7
<i>totale</i>	39,3		35,9	
Ind. Possesso diploma (%)	40	0	35	34
<i>totale</i>	40		34	
Pop straniera (%)	5,5	0	6,8	6,5
<i>totale</i>	5,5		6,6	
Unità locali (n)	1.942	0	1.251	3.436
<i>totale</i>	1.942		4.687	
Addetti (n)	4.758	0	3.316	11.914
<i>totale</i>	4.758		15.230	
Tasso di disoccupazione	7	0	7,7	8,7
<i>totale</i>	7		8,4	

Fig. 36 - Variazione popolazione 2006-2016 (%); comuni DOC

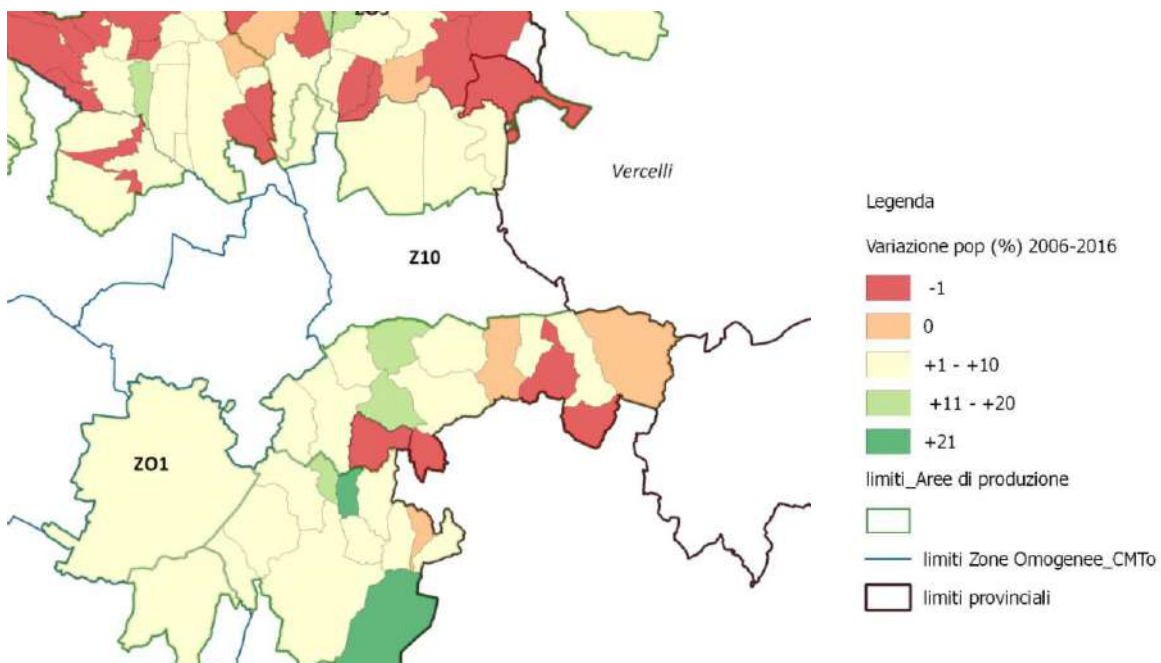
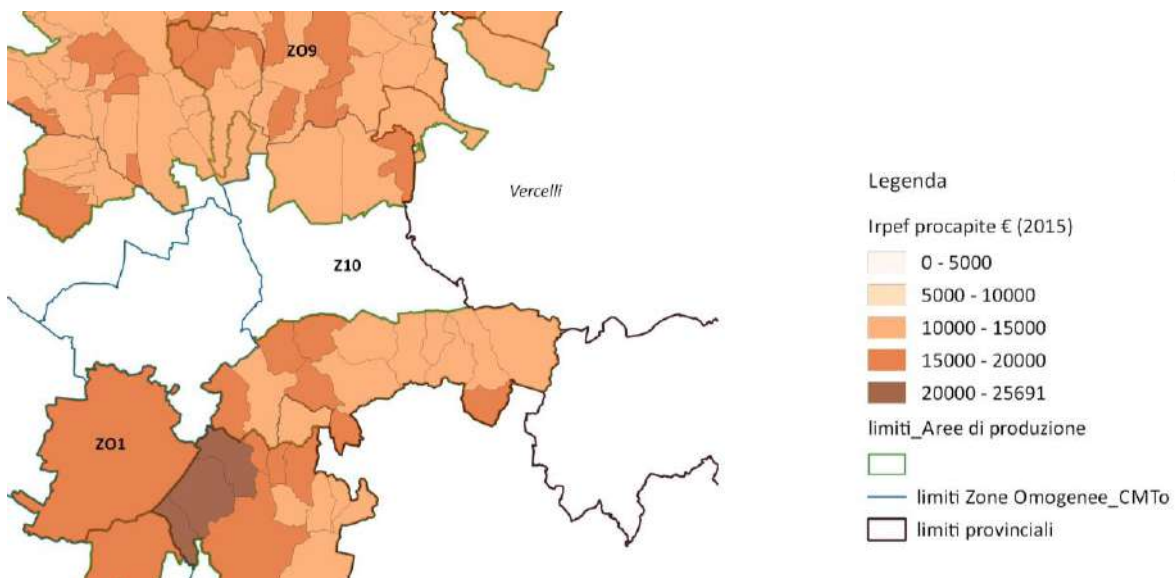


Fig. 37 - Irpef pro capite 2015 (€/ab) ; comuni DOC



Tab.23 - Turismo e vino

Turismo e vino	Collina		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Es. turistici (n)	39	0	15	22
<i>totale</i>	39		37	
Posti letto (n)	304	0	212	489
<i>totale</i>	304		701	
Arrivi tot (n)	1.467	0	3.605	13.511
<i>totale</i>	1.467		17.116	
Quota di turisti stranieri (%)	18	0	19	17
<i>totale</i>	18		18	
Presenze tot (n)	3.732	0	6.425	41.359
<i>totale</i>	3.732		47.784	
TMP (gg)	2,5	0	2,0	2,5
<i>totale</i>	2,5		2,3	
Manifestazioni fieristiche (n)	0	0	0	4
<i>totale</i>	0		4	
Sagre (n)	4	0	0	3
<i>totale</i>	4		3	
Addetti Agricoltura (n)	533	0	307	509
<i>totale</i>	533		816	
Addetti Industrie alimentari e bevande (n)	212	0	84	149
<i>totale</i>	212		233	
Eccellenze artigiane (n)	17	0	6	18
<i>totale</i>	17		24	
Produzioni DOP o IGP esclusa vite (n)	3	0	3	6
<i>totale</i>	3		9	
Produzioni vitivinicole DO (n)	10	0	105	2
<i>totale</i>	10		107	
Sup. vitata per DO (ha)	10	0	61	1
<i>totale</i>	10		62	
Aree con denominazione DOC/DOCG (n)	0	0	4	0
<i>totale</i>	0		4	
Musei (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
Visitatori musei (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	

Fig. 38 - Ricettività: posti letto; comuni DOC

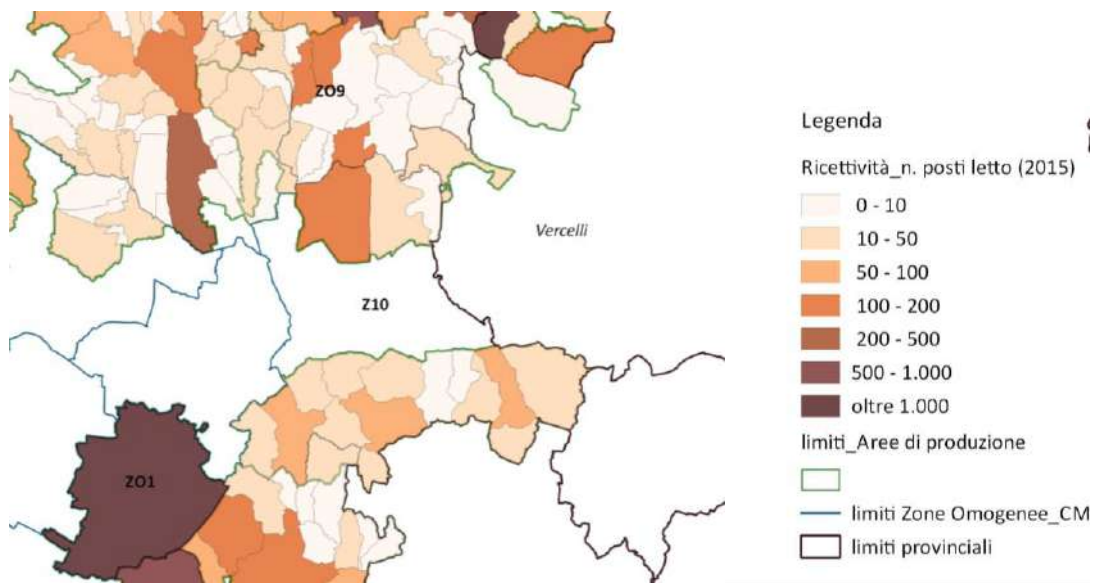
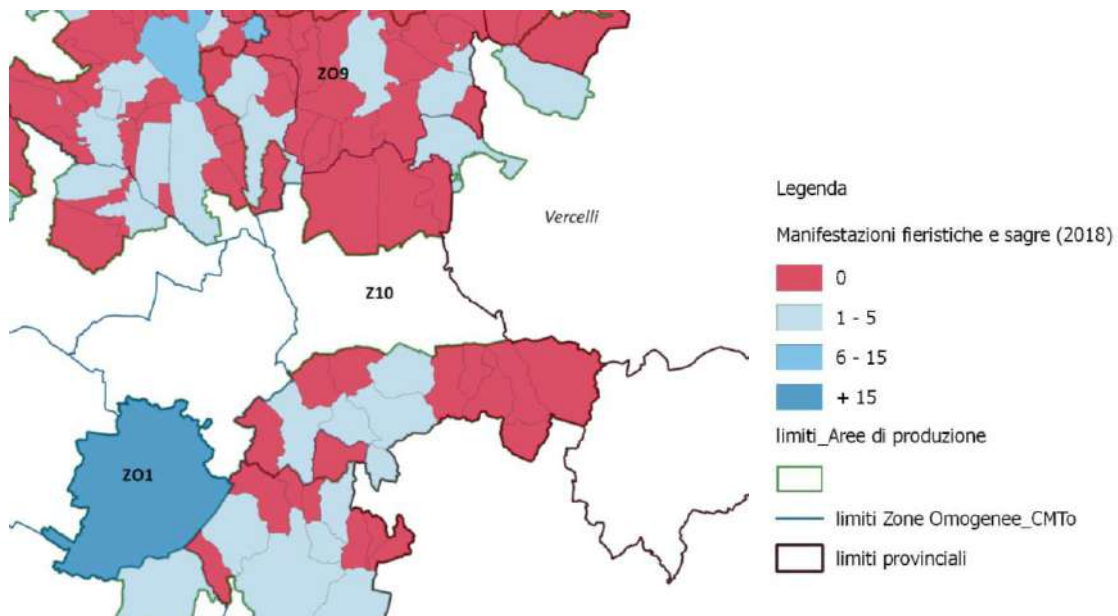


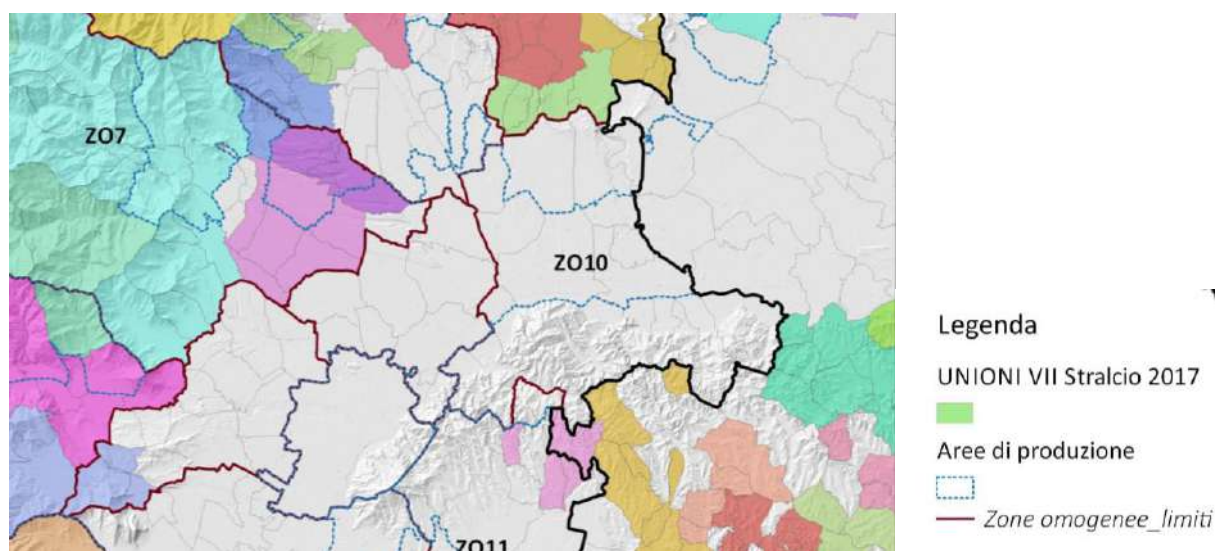
Fig. 39 - Fiere e sagre; comuni DOC



Tab.24 - Infrastrutture e servizi

Infrastrutture e servizi	Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Comuni tot (n)	12	0	5	7
<i>totale</i>	12		12	
Unioni di comuni (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
Tasso non occupazione abitazioni (%)	13	0	10	10
<i>totale</i>	13		10	
Pop sparsa (%)	14	0	8	2
<i>totale</i>	14		4	
Variatione pop sparsa (%)	-7	0	-9	-3
<i>totale</i>	-7		-7	
Rete stradale (km)	609	0	274	608
<i>totale</i>	609		883	
Densità stradale (Km/Kmq)	3,4	0	2,8	4,2
<i>totale</i>	3,4		3,7	
Es. vicinato (n)	282	0	204	759
<i>totale</i>	282		963	
Centri Commer. grandi strutture (n e sup)	0	0	1 (2.026mq)	2 (5.600mq)
<i>totale</i>	0		3 (10.080mq)	
Strutture anziani posti letto (n)	383	0	74	247
<i>totale</i>	383		321	
Pop Digital Divide (%)	17,4	0	21,0	5,2
<i>totale</i>	17,4		9,1	

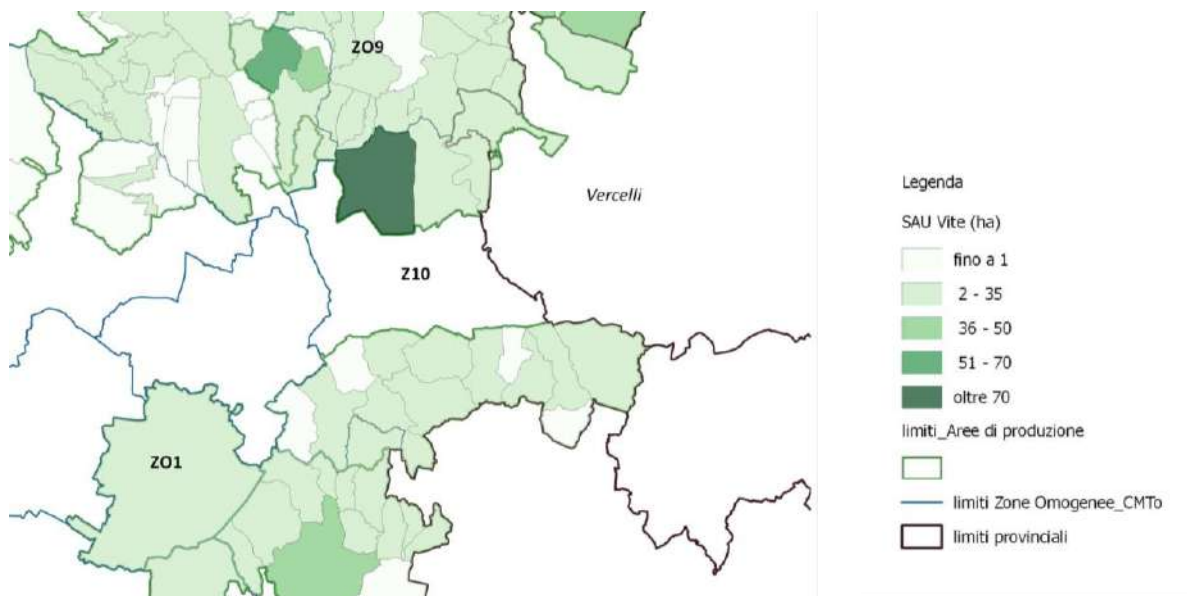
Fig. 40 - Unioni di comuni



Tab.25 - Aspetti ambientali

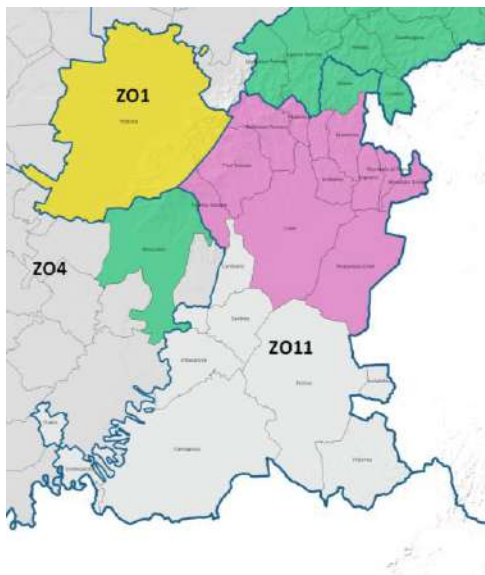
Aspetti ambientali	Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Componenti storico-culturali (n)	200	0	62	115
<i>totale</i>	200		177	
Componenti percettivo-identitarie (n)	159	0	87	78
<i>totale</i>	159		165	
Componenti morfologico-insediative (n)	0	0	0	1
<i>totale</i>	0		1	
Componenti naturalistico-ambientali (n)	2	0	2	1
<i>totale</i>	2		3	
Eccellenze (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
Unesco-Paesaggi Vino (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
SAT (ha)	5.809	0	6.041	8.840
<i>totale</i>	5.809		14.881	
SAU (% SAT)	69,5	0	90,5	84,0
<i>totale</i>	69,5		86,7	
SAU vite (ha)	57	0	113	0
<i>totale</i>	57		113	
Eventi calamitosi (n)	21	0	12	1
<i>totale</i>	21		13	
Stabilimenti rischio incidente (n)	0	0	0	2
<i>totale</i>	0		2	
Aree protette (%)	8,7	0	2,8	4,4
<i>totale</i>	8,7		3,8	
Sup. PAI (%)	0,1	0	0	0
<i>totale</i>	0,1		0	
Sup. PAI esondazioni (ha)	0	0	0	239
<i>totale</i>	0		239	
Sup. PAI altri dissesti (ha)	124	0	45	0
<i>totale</i>	124		45	
Siti contaminati (n)	2	0	0	7
<i>totale</i>	2		7	
Siti da bonificare (n)	2	0	0	7
<i>totale</i>	2		7	
CSC (%)	7,8	0	9,5	13,2
<i>totale</i>	7,8		11,7	
Incremento suolo urbanizzato (%)	4	0	5	6
<i>totale</i>	4		6	
Raccolta differenziata (% RT)	54	0	62	54
<i>totale</i>	54		56	
Sprawl fisico 1 liv (%)	18	0	8	3
<i>totale</i>	18		4	
Sprawl fisico 2 liv (%)	15	0	5	1
<i>totale</i>	15		3	
Variazione Sprawl 1 I (%)	-5	0	-1	-0,4
<i>totale</i>	-5		-0,1	

Fig. 41 - SAU Vite; comuni DOC



11 - La Zona Omogenea n.11 Chierese Carmagnolese

11.1 In sintesi



Nella ZO del Chierese e del Carmagnolese i comuni interessati dalla produzione di uve per vini DOC e DOCG sono 13, tutti nella porzione settentrionale della ZO e in tutti si producono le uve per i vini DOC Collina Torinese e Freisa di Chieri (Sciolze è l'unico che non fa parte dell'area del Freisa ma solo della Collina).

Il chierese era, fino a metà ottocento, il bacino vitivinicolo della città di Torino e la tradizione del Freisa e del Vermouth, quali Cinzano di Pecetto Torinese (oggi della Campari) ha caratterizzato l'area fino a tempi recenti. Oggi un rilancio di questa tradizione, in declino da decenni, appare difficile ma possibile in piccole e puntuali nicchie di bioprossimità (chilometri zero) e di alto valore culturale (si pensi, ad esempio, al Freisa della Villa della regina inserito nel Freisa DOC di Chieri).

11.2 I dati

Dal punto di vista socioeconomico, essendo la ZO divisa a metà tra la regione di produzione vinicola a nord e il resto dei comuni a sud, le dinamiche demografiche ed economiche seguono questa bi-partizione geografica con un andamento piuttosto simile tra le due parti. È una regione urbanizzata e ben servita, soprattutto grazie alla presenza della città di Chieri che gioca un ruolo centrale per tutta l'area e alla vicinanza con il capoluogo torinese. Dal punto di vista demografico i comuni del vino (13 su 22 totali, il 59%) sono più popolati: a fronte di una minore estensione superficiale (194 Km² sui totali 462 km², corrispondente al 42%), la popolazione è distribuita rispettivamente al 50% tra le due regioni, ma la densità abitativa arriva a 341 ab/Km² rispetto ai 286 della ZO. I comuni del vino sono anche i più "ricchi" (nel 2015 l'Irpef pro capite è stato infatti di 17.199€ contro i 15.469€ nella ZO); nonostante il saldo naturale sia negativo, il tasso di invecchiamento, seppur maggiore rispetto alla ZO (169 contro 159,6), resta su valori inferiori alla media della CMT_o (183,7). La distribuzione per fasce di età è simile al quadro generale del Chierese: 14% circa della popolazione residente ha meno di 15 anni, il 64% ha un'età compresa tra 15-64 anni e il restante 23% è costituito dagli over 65enni. La variazione demografica negli ultimi dieci anni (2006-2016) invece è stata leggermente inferiore a quella della media della ZO con un +6,2% vs 6,85% del Chierese, in ogni caso maggiore alla media metropolitana che si attesta al 4%. Coerentemente alle dinamiche demografiche anche la popolazione straniera è distribuita in maniera piuttosto omogenea tra la regione dei vini a nord (circa 49%) e il resto dei comuni a sud e rappresentano una quota del 7,5% (e 7,8% per la ZO) degli abitanti totali.

Anche le dinamiche economiche seguono la distribuzione della popolazione, nei comuni del vino sono presenti infatti il 52% delle UL e 42% degli addetti totali della ZO. In generale gli occupati rappresentano esattamente il 50% del totale della ZO e di conseguenza il tasso di disoccupazione si attesta su livelli simili, tra le due aree geografiche, seppur la situazione lavorativa nei comuni vinicoli sia leggermente migliore (rispettivamente 7,5%, 8,2% nella ZO, in entrambi i casi inferiori alla media della CMT_o dell'8,4%), così come la quota di addetti nel settore della ricerca (63,6% sul tot della ZO).

Stessa cosa per i servizi: a fronte di un 60% delle strutture ospedaliere presenti (3 ospedali su 5), la spesa sanitaria pro capite è maggiore (776,6 vs 535; 569 nella media metropolitana); migliore anche per quel che riguarda i livelli di istruzione sia a livello di ZO che a scala metropolitana, la quota di popolazione over 18 che ha almeno il diploma è del 46% (contro il 39,8% del Chierese e il 37,3% della CMT0); in totale i diplomati nei comuni del vino sono più del 58% di quelli registrati nel Chierese (nell'area di produzione rappresentano il 46% sul totale dei residenti con oltre 18 anni).

È un territorio piuttosto infrastrutturato con una percentuale di estensione della rete stradale distribuita in maniera speculare tra le due regioni; tuttavia il tasso di incidentalità è leggermente più basso nei comuni del vino (40% degli incidenti della ZO).

Con riferimento al **comparto enoturistico**, nella regione oggetto di analisi si concentra il 97,8% della superficie vitata con denominazione di origine (DO), il 98,1% delle produzioni viticole DO, il 72,7% di altre produzioni DOP o IGP (esclusa vite) e il 57,9% delle aziende riconosciute come eccellenze artigiane.

È una delle regioni con il più alto indice di specializzazione nel settore agricolo 4,6 (2,6 nella ZO), con un evidente distacco dalla media metropolitana che raggiunge solo l'1,5; rispetto agli addetti totali del Chierese impiegati in agricoltura la percentuale mostra una distribuzione in gran parte omogenea con un 42% nei comuni dei vini. Leggermente superiore la quota di addetti nel settore dell'alimentari (52,8%), mentre le industrie delle bevande sono quasi totalmente collocate nella zona dei vini (5 su 6), in cui si concentra anche il 98% degli addetti nel settore.

Come già evidenziato la presenza dei servizi, delle infrastrutture e dell'occupazione segue la popolazione e si distribuisce in maniera piuttosto omogenea tra il nord e il sud della ZO; questo fenomeno si riscontra anche rispetto alla specializzazione produttiva legata al vino che emerge in maniera significativa in entrambe le aree. A questi dati si sovrappongono quelli del turismo che, a sua volta, in maniera speculare vede un'offerta e una domanda abbastanza simile tra la zona dei vini e il resto del Chierese. Nello specifico nei comuni del vino si concentra il 57,8% degli esercizi turistici e il 39,3% dei posti letto; per quel che riguarda i flussi la percentuale degli arrivi arriva al 42,4% e sale al 44,3% quella delle presenze (rispetto al totale della ZO), in entrambi i casi prevalentemente italiani, la quota di turisti stranieri è del 18-19%. Infine il tempo medio di permanenza è di 1,4 (coerentemente alla ZO e alla media generale delle altre aree). Anche per quanto riguarda gli eventi, se si guarda al numero di sagre più o meno l'offerta è omogenea (40% nei comuni dei vini).

Situazione particolare quella dell'offerta museale: sebbene nei comuni dei vini ci sia solo il 20% dei musei della ZO, l'unica struttura presente (sui 5 musei totali) attrae il 91,3% dei visitatori.

Dal punto di vista infrastrutturale la morfologia del territorio è sicuramente un vantaggio per questi territori, che in media si trovano a una quota di 363 metri slm, di questi l'85% è in collina e il 15% in pianura. A livello di connessione e accessibilità tra i territori del vino e il resto del Chierese non c'è tanta divergenza. L'estensione della rete stradale è piuttosto omogenea, la percentuale infatti è del 45,8% con 787 km di connessioni viarie su 1.718 totali della ZO; la densità resta simile alla media del Chivassese con 4 Km di rete/kmq di superficie (3,7 per la ZO e 4 per la CMT0). Anche per quanto riguarda le abitazioni, la distribuzione è simile con un 50,5% nei comuni del vino. Coerentemente alla media della ZO di riferimento il tasso di non occupazione delle abitazioni è abbastanza poco significativo soprattutto se confrontato alla media della CMT0 (11-12% rispetto al 19,5% della media metropolitana). Guardando allo stato di conservazione degli edifici, le percentuali mostrano un quadro soddisfacente con il 91,8% degli immobili ben conservati, 92,5%

nella ZO, in entrambi i casi al di sopra della media metropolitana (86,5%). Degli edifici totali presenti nella ZO quelli in pessimo stato sono localizzati più nella zona meridionale, il 36,9% del patrimonio immobiliare in condizioni di conservazione modeste o precarie riguarda i comuni dei vini.

Il modello residenziale, di contro, resta in genere più disperso: negli ultimi decenni (tra il 2001 e il 2011) c'è stato un incremento della popolazione sparsa, soprattutto nei comuni vinicoli (con un +464 residenti e +117 nella ZO); il 63,8% della popolazione sparsa della ZO risiede nell'area settentrionale. Sebbene i dati di dispersione insediativa mostrino un calo dello sprawl nella regione del vino (anche superiore alla media del Chierese nell'arco tra il 2001 e il 2011), al 2011 il fenomeno resta ancora molto intenso: lo sprawl di primo livello (edifici in case sparse/edifici tot) raggiunge una quota del 10% (contro l'8% della ZO e dell'8,7% CMT) e lo sprawl di secondo livello (ed in nuclei / ed totali) sale al 12% (9% ZO, 8% CMT).

La dotazione di servizi è commisurata alla popolazione e speculare tra le due aree del Chierese: il numero di esercizi di vicinato è leggermente inferiore nei comuni del vino (48%); viceversa per i centri commerciali di grandi dimensioni, la maggiore estensione delle strutture (63,8%) interessa la regione del vino (3 CC su 5 totali). Non ci sono discariche, né inceneritori (assenti in tutta la ZO).

Leggermente migliore anche l'offerta ospedaliera con 3 ospedali su 5, questo corrisponde al 72,3% dei posti letto presenti; al contrario i posti letto nelle strutture per anziani scende al 43% ma torna a superare la soglia media la percentuale di posti in strutture per l'infanzia con un 63%.

In ultimo a fare la differenza tra le due aree in termini di dotazione di servizi è proprio il digital divide: mentre della regione dei vini è contenuto, con una quota di popolazione esclusa da connessioni internet veloci del 6,8% (come nella Città metropolitana: 6,9%), nella ZO arriva al 7,9%.

Dal punto di vista ambientale si connota per una concentrazione di dotazioni paesaggistiche leggermente inferiore rispetto al resto del Chierese (43,4% sul totale delle componenti della ZO indicata nel PPR) e piuttosto basse rispetto alla media generale metropolitana, del resto risulta coerente sia alle dinamiche urbanistiche e socio-economiche interne (tra le aree a nord dei comuni dei vini e quelle a sud del Chierese) che a quelle a scala metropolitana (molte delle ZO che ricadono nella fascia montana vantano un ricco patrimonio naturalistico e un tasso di impermeabilizzazione inferiore). Interessante è la distribuzione delle componenti percettivo-identitarie presenti che, nei comuni del vino, raggiungono il 60% rispetto al totale della ZO, mentre per le componenti storico-culturali la quota si attesta solo al 35% e si riducono al 7% le risorse naturalistico-ambientali; nulla la componente morfologico-insediativa, assenti le eccellenze artigiane così come i siti Unesco. Anche la quota di aree protette è piuttosto ristretta (in generale in tutta la ZO) soprattutto se confrontata con le altre aree vinicole (3% per i comuni del vino, 2% nella ZO contro il 9% nella media della CMT); tuttavia misurando il dato all'interno della zona del Chierese, il 59,7% delle aree naturali protette ricade all'interno della regione del vino.

Come evidenziato in precedenza gli addetti impiegati in agricoltura sono il 42% nei comuni dei vini (rispetto al totale della ZO). In linea con il leggero peso degli addetti, così l'estensione della superficie agricola, sia totale che utilizzata (SAT e SAU), è leggermente inferiore e corrisponde al 35,7%.

È interessante notare che degli oltre 10.800 ha di SAU, il 95,8% è coltivato a vite.

L'area dei vini è anche quella più vulnerabile ed esposta ai rischi ambientali: i 43 eventi calamitosi registrati nel Chierese tra il 2008-2013 hanno interessato esclusivamente i comuni dei vini; è presente il 30% di siti da bonificare; mentre non sono presenti stabilimenti a rischio incidente (assenti anche nella ZO). Delle due regioni del Chierese, solo quella a nord (delle aree di

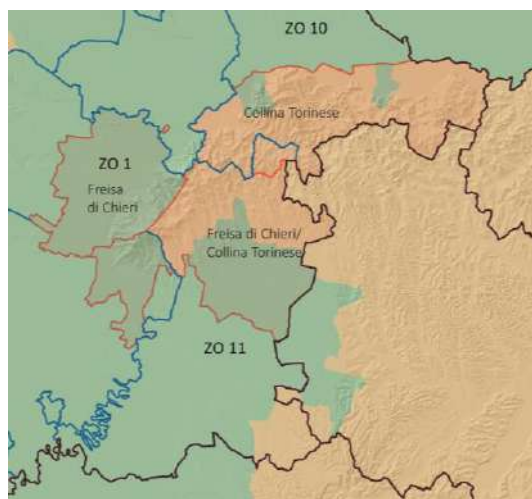
produzione) è esposta a rischi da dissesti come frane e valanghe (100%), mentre il rischio esondazione interessa in maniera piuttosto uniforme entrambe le aree (44% per i comuni del vino).

Nonostante non sia tra le ZO più fragili tuttavia l'impermeabilizzazione ha avuto un peso consistente: nell'arco di dieci anni (2001-2011) il consumo di suolo urbanizzato è stato del 5% (sia nella regione vinicola che nella ZO) in media con la quota registrata nella CMT0.

Tra le due aree del Chivassese, quella a nord è quella in cui il consumo di suolo ha avuto un peso maggiore, con un CSU dell'11% (9% per la ZO) e un CSC del 12,6% (11 nella ZO), coerentemente alla crescita maggiore di dispersione insediativa (evidenziata in precedenza).

Per concludere, uno dei grandi punti di forza dell'area (e della ZO in generale) riguarda l'attenzione alle politiche "green": al primo posto per percentuale maggiore di rifiuti da raccolta differenziata, con una quota del 71,4% e 71,7% per l'intera ZO, superando il valore medio della CMT0 di oltre 17 punti percentuali (54,6%).

11.3 Approfondimento statistico e cartografico



Caratteristiche principali della ZO 11:

1. Territorio economicamente ricco, con dinamiche demografiche positive
2. Specializzazione nel settore agricolo in pianura e nel settore vitivinicolo in collina
3. Modello residenziale disperso

Il Chierese è ripartito in due aree morfologiche differenti: quella della collina completamente vitata (11 comuni nell'area della DOC su 12 totali) e quella della pianura dove i comuni vitati sono solo 2 su 10. Questi ultimi però sono due nuclei molto importanti, dove si concentra infatti una significativa quota di popolazione (circa 41.000 abitanti contro i 63.700 dei 10 comuni non vitati di pianura) ed è quindi opportuno confrontare i comuni vitati della collina con quelli della pianura (anche se numericamente inferiori).

In linea generale la variazione demografica più significativa ha interessato la pianura, con una crescita del +7,8% nei comuni vitati; al contrario in collina la popolazione è cresciuta con dei ritmi più cauti (+3,6%).

L'indice di vecchiaia maggiore si registra nei comuni della DOP, tuttavia, nonostante siano i più "vecchi" sono quelli con l'indice di istruzione più alto e i più ricchi (il reddito Irpef supera i 20.500 € in collina e i 15.000€ in pianura contro i 13.500€ nella media delle aree non vitate complessive).

Dal punto di vista dell'occupazione la collina vanta dei tassi più positivi, specie nei comuni del vino. La pianura non vitata è il territorio più vocato a livello turistico e culturale sia per l'offerta che per la domanda turistica, tuttavia nei comuni collinari della DOC il livello di attrattività è piuttosto consistente. Se si considerano le presenze registrate, si vede una distribuzione abbastanza omogenea tra fasce altimetriche, e nello specifico, considerando la concentrazione maggiore, si registra quasi un 50% tra le aree vitate di collina (circa 30.000) e quelle non vitate di pianura

(circa 33.000 presenze); stessa omogeneità per l'offerta ricettiva (33 esercizi nella collina vitata ma con 311 posti letto contro i 31 della pianura non vitata con 683 posti letto). Proprio perché la collina è maggiormente vocata per la viticoltura, l'agricoltura è maggiormente sviluppata in pianura, gli addetti nel settore triplicano rispetto alla collina (la SAT in collina copre solo 6.900 ha contro i 26.441 ha della pianura); tuttavia l'utilizzo della superficie agricola è abbastanza intensivo su tutto il territorio (85% in collina, 903% in pianura). I comuni vitati restano in minoranza sia per le eccellenze artigiane presenti che per le componenti storico-culturali e paesaggistico-ambientali; tuttavia il 5,5% della superficie totale ricade in area protetta (assente nel resto del territorio).

Per quel che riguarda gli aspetti infrastrutturali e i servizi, i comuni non vitati di pianura sono più avvantaggiati. In generale la pianura presenta una densità di rete stradale e una copertura di servizi commerciali, assistenziali e telematici maggiore. Se si considera la differenza interna della collina emerge una grande disparità tra i comuni della DOC e il resto: la zona vitata è quella più infrastrutturata e con meno popolazione sparsa, i servizi commerciali sono numericamente maggiori, così come le strutture per gli anziani, al contrario resta alto il divario digitale.

Uno dei punti di forza dei comuni vitati è la scarsa esposizione ai rischi idrogeologici. Tra i punti di debolezza maggiori c'è il consumo di suolo. Nei comuni del vino la percentuale di CSC è del 12% in collina e 13% in pianura; al contrario nei comuni non vitati scende al 5% in collina e 11% in pianura. L'incremento maggiore nell'arco degli ultimi 5 anni analizzati (2008-13) ha interessato la pianura, nei comuni del vino il CSC è cresciuto del +7% in pianura e +4% in collina.

Tab.26 - Aspetti socio-economici

Aspetti socio-economici	Collina		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Popolazione (ab)	25.154	1.957	41.427	63.730
<i>totale</i>	27.036		104.935	
Variazione demo (%)	+3,6	+6,9	+7,8	+7,6
<i>totale</i>	+3,9		+7,7	
Ind. vecchiaia	180	158	162	150
<i>totale</i>	179		155	
Irpef (€/ab)	20.587	13.311	15.136	13.732
<i>totale</i>	20.060		14.284	
Laureati/diplomati (%)	50,2	33,9	40,4	34,3
<i>totale</i>	49,1		36,7	
Ind. Possesso diploma	55,4	32,0	40,5	33,4
<i>totale</i>	53,7		36,2	
Pop straniera (%)	5,4	9,2	8,8	8,0
<i>totale</i>	5,6		8,3	
Unità locali (n)	1.796	115	3.047	4.320
<i>totale</i>	1.911		7.367	
Addetti (n)	4.330	342	9.727	18.833
<i>totale</i>	4.672		28.560	
Tasso di disoccupazione	5,3	5,8	8,9	9,0
<i>totale</i>	5,4		9,0	

Fig. 42 - Variazione popolazione 2006-2016 (%); comuni DOC

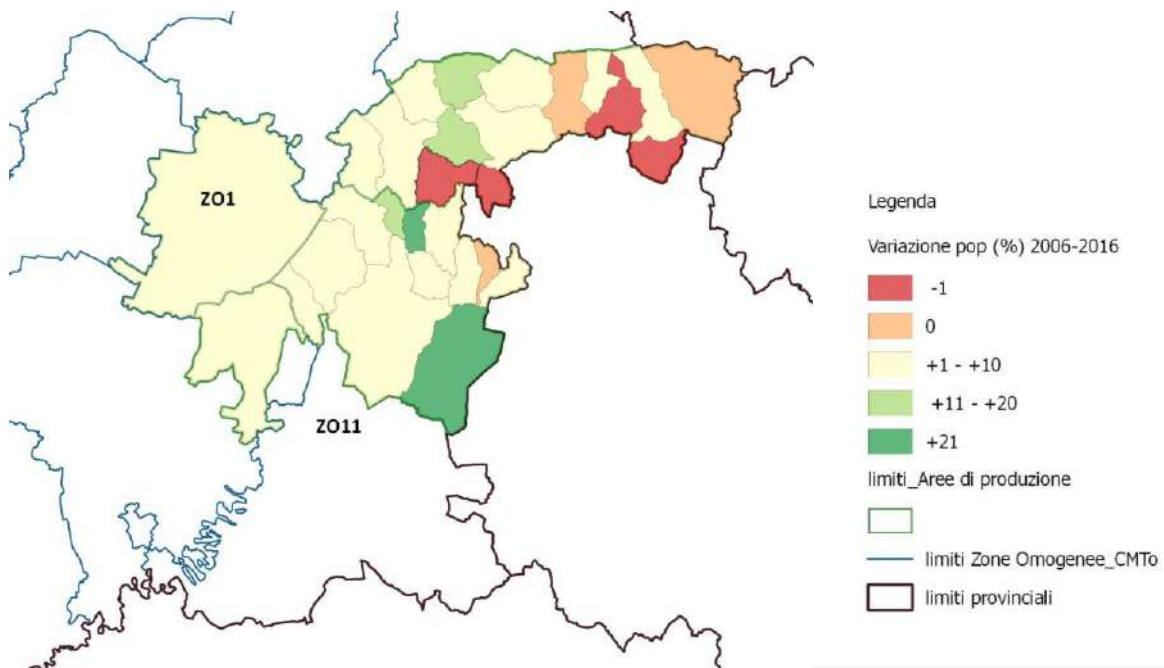
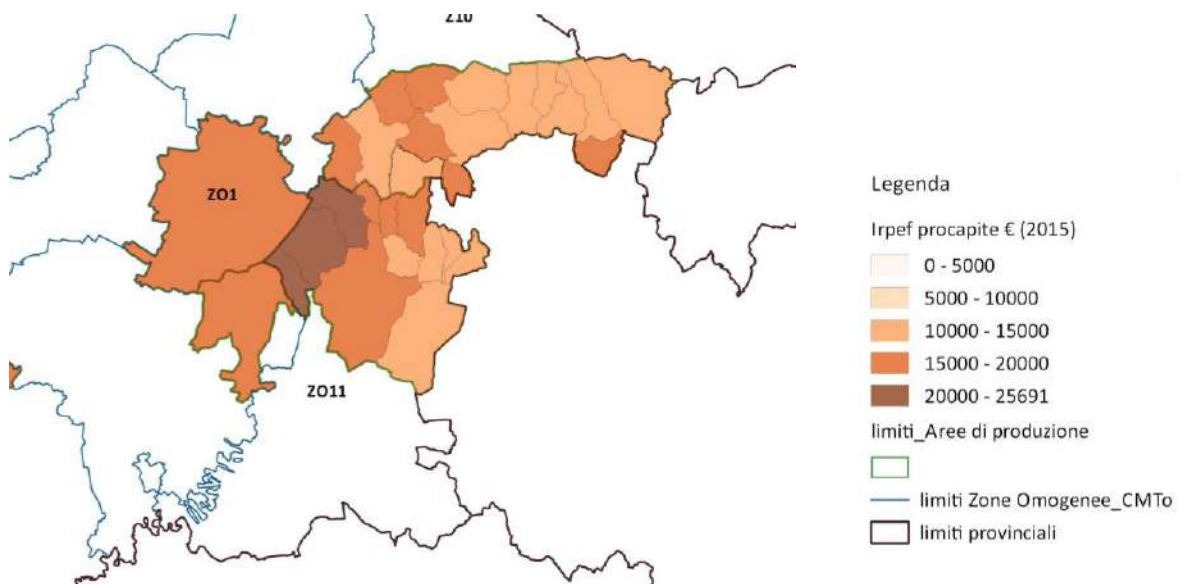


Fig. 43 - Irpef pro capite 2015 (€/ab); comuni DOC



Tab.27 - Turismo e vino

Turismo e vino	Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Es. turistici (n)	33	4	15	31
<i>totale</i>	37		46	
Posti letto (n)	311	138	220	683
<i>totale</i>	449		903	
Arrivi tot (n)	9.373	6.245	5.305	13.718
<i>totale</i>	15.618		19.023	
Quota di turisti stranieri (%)	27	20	2	19
<i>totale</i>	24		14	
Presenze tot (n)	27.960	12.947	10.704	33.807
<i>totale</i>	40.907		44.511	
TMP (gg)	3,0	2,1	2,0	2,5
<i>totale</i>	2,6		2,3	
Manifestazioni fieristiche (n)	1	1	3	7
<i>totale</i>	2		10	
Sagre (n)	2	1	0	2
<i>totale</i>	3		2	
Addetti Agricoltura (n)	580	76	549	1.482
<i>totale</i>	656		2.031	
Addetti Industrie alimentari e bevande (n)	582	5	176	665
<i>totale</i>	587		841	
Eccellenze artigiane (n)	12	0	21	24
<i>totale</i>	12		45	
Produzioni DOP o IGP esclusa vite (n)	10	2	22	10
<i>totale</i>	12		32	
Produzioni vitivinicole DO (n)	74	2	30	0
<i>totale</i>	76		30	
Sup. vitata per DO (ha)	85	3	40	0
<i>totale</i>	88		40	
Aree con denominazione DOC/DOCG (n)	1	0	0	0
<i>totale</i>	1		0	
Musei (n)	1	0	0	4
<i>totale</i>	1		4	
Visitatori musei (n)	48.120	0	0	4.615
<i>totale</i>	48.120		4.615	

Fig. 44 - Ricettività: posti letto; comuni DOC

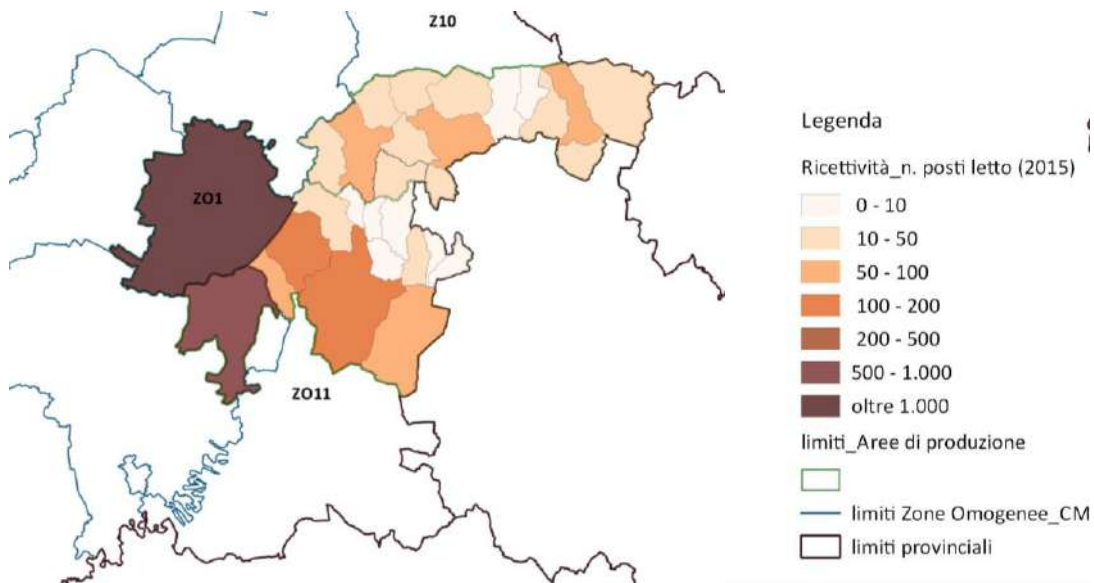
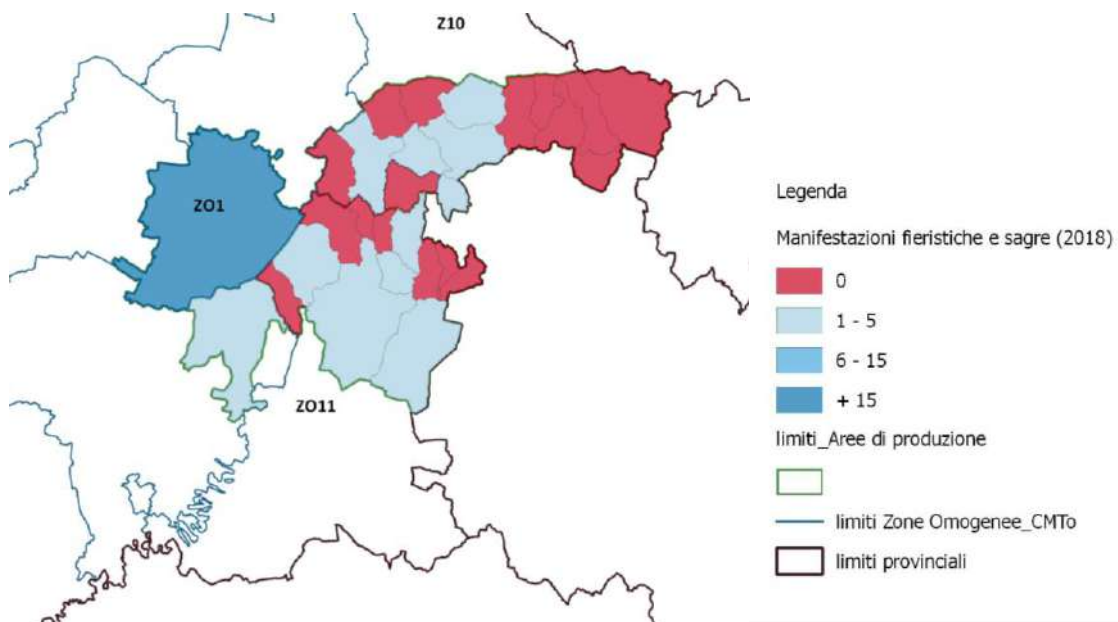


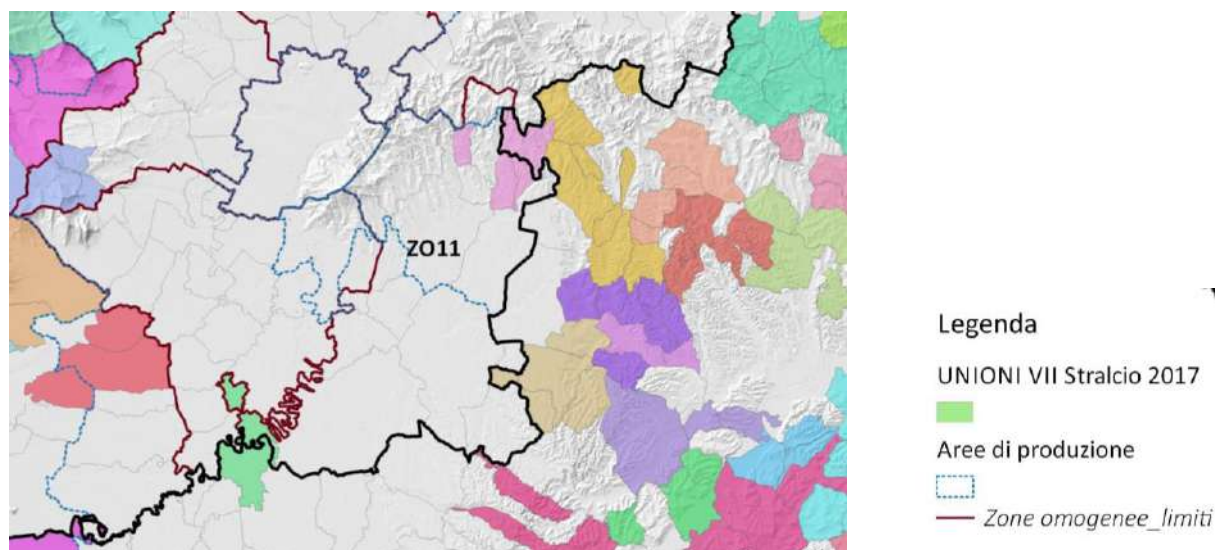
Fig. 45 - Fiere e sagre; comuni DOC



Tab.28 - infrastrutture e servizi

Infrastrutture e servizi	Collina		Pianura	
	zona DOC	non DOC	zona DOC	non DOC
Comuni tot (n)	11	1	2	8
<i>totale</i>	12		10	
Unioni di comuni (n)	3	0	0	2
<i>totale</i>	3		2	
Tasso non occupazione abitazioni (%)	14	20	9	13
<i>totale</i>	14		12	
Pop sparsa (%)	10	23	5	4
<i>totale</i>	11		5	
Variazione pop sparsa (%)	4	4	8	-8
<i>totale</i>	4		-2	
Rete stradale (km)	452	77	335	854
<i>totale</i>	529		1.189	
Densità stradale (Km/Kmq)	4,3	2,6	3,7	6,6
<i>totale</i>	3,9		3,6	
Es. vicinato (n)	143	11	636	820
<i>totale</i>	154		1.456	
Centri Commer. grandi strutture (n e sup)	1 (4.660mq)	0	2 (15.185mq)	2 (11.367mq)
<i>totale</i>	1 (4.660mq)		4 (26.552mq)	
Strutture anziani posti letto (n)	336	44	128	570
<i>totale</i>	380		698	
Pop Digital Divide (%)	16	1	1	9
<i>totale</i>	15		6	

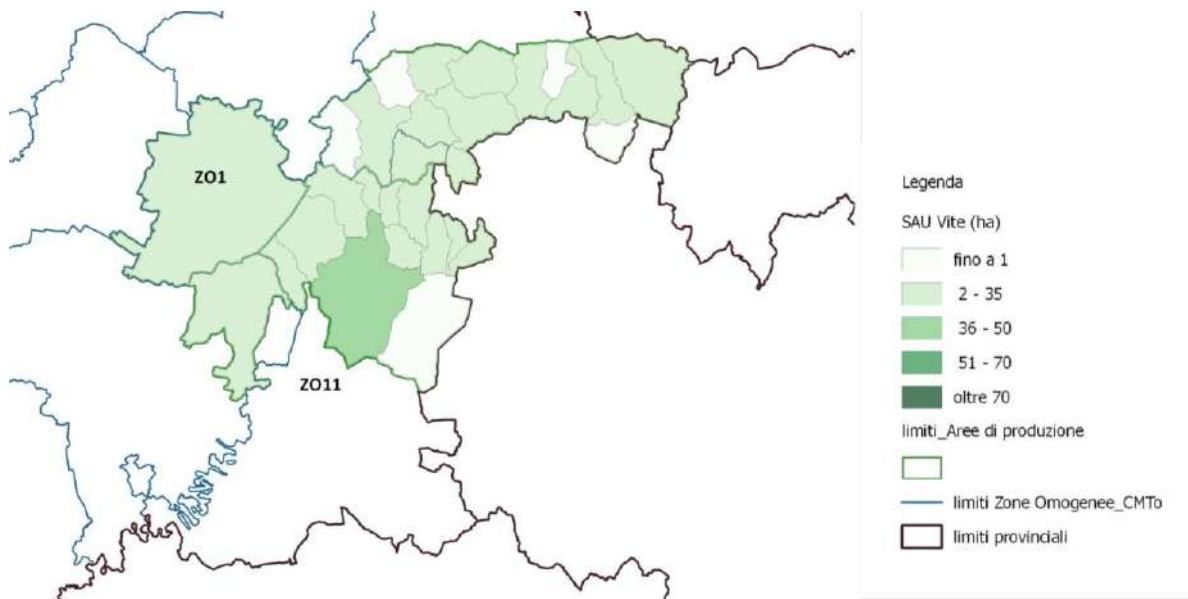
Fig. 46 - Unioni di comuni



Tab.29 - Aspetti ambientali

Aspetti ambientali	Collina		Pianura	
	zona DOC	zona non DOC	zona DOC	zona non DOC
Componenti storico-culturali (n)	49	1	37	159
<i>totale</i>	50		196	
Componenti percettivo-identitarie (n)	91	8	20	66
<i>totale</i>	99		88	
Componenti morfologico-insediative (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
Componenti naturalistico-ambientali (n)	2	1	0	25
<i>totale</i>	3		25	
Eccellenze (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
Unesco-Paesaggi Vino (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
SAT (ha)	4.738	2.168	7.165	19.276
<i>totale</i>	6.906		26.441	
SAU (% SAT)	84,3	88,3	95,7	91,7
<i>totale</i>	85,5		92,8	
SAU vite (ha)	159	8	51	2
<i>totale</i>	167		53	
Eventi calamitosi (n)	42	0	1	0
<i>totale</i>	42		1	
Stabilimenti rischio incidente (n)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
Aree protette (%)	5,5	0	0	1,6
<i>totale</i>	4,3		1,2	
Sup. PAI (%)	0	0	0	0
<i>totale</i>	0		0	
Sup. PAI esondazioni (ha)	0	0	1.246	1.588
<i>totale</i>	0		2.834	
Sup. PAI altri dissesti (ha)	65	0	197	0
<i>totale</i>	65		197	
Siti contaminati (n)	3	0	3	14
<i>totale</i>	3		17	
Siti da bonificare (n)	3	0	3	14
<i>totale</i>	3		17	
CSC (%)	12,3	4,9	13,1	11,3
<i>totale</i>	10,6		10,6	
Incremento suolo urbanizzato (%)	+4	+4	+7	+6
<i>totale</i>	+4		+6	
Raccolta differenziata (% RT)	73	58	70	72
<i>totale</i>	73		71	
Sprawl fisico 1 liv (%)	10	22	10	6
<i>totale</i>	11		7	
Sprawl fisico 2 liv (%)	19	27	4	4
<i>totale</i>	20		4	
Variazione Sprawl 1 I (%)	-1	-2	-2	-1
<i>totale</i>	-1,5		-1	

Fig. 47 - SAU Vite; comuni DOC



12 – I vitigni nelle aree di produzione DOC/ DOCG

Uno dei principali problemi affrontati nell'analisi è stato quello dell'identificazione delle aree di indagine a partire dalla localizzazione dei vitigni. Il paesaggio delle viti, con i suoi filari e i terrazzamenti ritmati dai muretti a secco, è infatti un fondamentale elemento su cui costruire una locale comunità del vino. Nello stesso tempo, però, l'identificazione delle vigne, ossia delle porzioni di territorio direttamente interessate dall'allevamento della vite, non è così agevole. Spesso i dati disponibili non sono aggiornati e raramente le diverse fonti disponibili restituiscono rappresentazioni cartografiche tra loro coerenti. Di qui la scelta di utilizzare come unità territoriale di analisi i comuni delle zone di produzione dei vini DOC e DOCG della CMO.

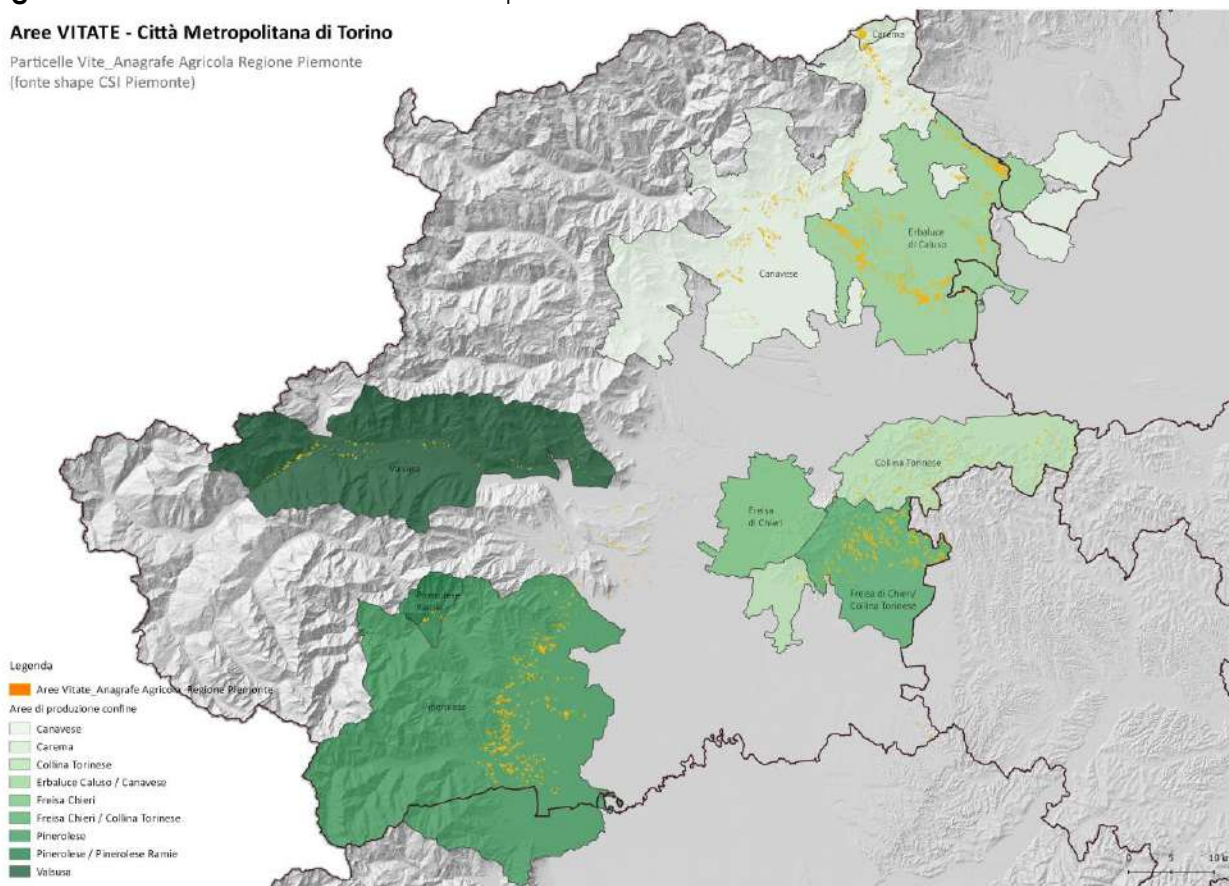
Come si è visto, questa scelta ha portato a definire una precisa geografia del vino. Una geografia in cui la Zona Omogenea dell'Eporediese emerge per la presenza di una regione vasta e diversificata di produzione di vini di qualità (Erbaluce, Canavese e Carema). Al contrario, nelle ZO del Pinerolese, Valsusa, Valli di Lanzo, Canavese, Chivassese e Chierese-Carmagnolese, i territori delle DOC sono più limitati. I dati così organizzati non consentono però di cogliere nel dettaglio la concentrazione dei vigneti dal punto di vista morfologico-spaziale e quindi paesaggistico. Ad esempio, l'esperienza diretta sui territori mostra come nell'Eporediese, nel Pinerolese e nelle Valli Susa e Sangone ci siano territori molto qualificati da questo punto di vista. Mentre uno dei tratti distintivi dell'Eporediese è la coesistenza di vitigni di fondovalle e vitigni "terrazzati" in generale poco visibili dalle principali vie di attraversamento.

Tra le fonti che consentono una rilevazione puntuale vi è l'Anagrafe Agricola Unica del Piemonte.

Fig. 48 – Le aree vitate nella Città Metropolitana di Torino

Aree VITATE - Città Metropolitana di Torino

Particelle Vite_Anagrafe Agricola Regione Piemonte
(fonte shape CSI Piemonte)



Fonte: elaborazione IRES (L. Lella) su dati Regione Piemonte - Anagrafe Agricola

L'Anagrafe Agricola Unica del Piemonte gestisce le informazioni sui soggetti che svolgono o intendono svolgere sul territorio piemontese attività in materia di agricoltura. In Anagrafe sono registrate informazioni inerenti le aziende agricole e di un insieme ampio di altri operatori (aziende forestali o di pesca; industrie alimentari e altre industrie manifatturiere; imprese di commercio di alimenti, ristorazione e alloggio, ecc.) interessati ad avviare interventi in materia di agricoltura o sviluppo rurale. La consultazione dell'Anagrafe consente di distinguere per tipologia di superfici coltivate. Utilizzando questa fonte si può quindi ottenere una ulteriore geografia, più dettagliata, delle aree vitate dichiarate dalle aziende che producono uve per vini DOC e DOCG della Città Metropolitana di Torino.

Come si vede dalla tabella che segue, i comuni vitati DOC e DOCG ai sensi dell'Anagrafe sono numericamente molto inferiori rispetto a quelli ai sensi del disciplinare: **136** contro 187. Ciò dipende dal fatto che i Disciplinari identificano un territorio potenziale, mentre l'Anagrafe restituisce i dati delle attività effettivamente presenti. Nello stesso tempo, il fatto che l'iscrizione e l'aggiornamento dei dati inseriti in Anagrafe dipendano dalla sola iniziativa delle aziende, potrebbe essere alla base di una lettura "falsata" (sovrastimata o, più realisticamente, sottostimata) del fenomeno vitivinicolo regionale.

Tab. 30 – Comuni del vino per aree di produzione DOC DOCG e fonte di dati

AREA PRODUZIONE	N. comuni Aree DOC-DOCG	N. comuni con Unità Vitate registrati in Anagrafe Agricola	N. comuni NON registrati in Anagrafe Agricola
Canavese	68	41	27
Carema / Canavese	1	1	0
Collina Torinese	16	15	1
Erbaluce Caluso	36	32	4
Freisa Chieri	1	1	0
Freisa Chieri / Collina Torinese	12	12	0
Pinerolese	32	17	15
Pinerolese / Pinerolese Ramè	2	2	0
Valsusa	19	15	4
Totale	187	136	51

Fonte: nostra elaborazione su dati Anagrafe Agricola.

Certamente, il fatto che la maggior parte dei comuni esclusi dall'Anagrafe ricadano nell'area del Canavese (27 su 68 comuni complessivi indicati nei Disciplinari) e del Pinerolese (15 su 32) costituisce un interessante elemento di indagine ulteriore e riflessione (per esempio rispetto all'opportunità, sostenuta anche da alcuni intervistati, di una revisione dei confini delle DOC).

Dal punto di vista della quantificazione degli ettari di superfici vitate, i dati dell'Anagrafe (cfr. tabella che segue) indicano per la Città Metropolitana una superficie DOC DOCG complessiva di 993 ettari di superfici vitate, di cui **976** riferibili ai comuni inclusi nei disciplinari dei vini metropolitani. Nonostante i limiti di cui si è detto, quello che emerge da questa fonte è l'evidente maggiore peso della DOCG Erbaluce di Caluso (41% della superficie vitata totale) e della DOC Pinerolese (22%).

Tab. 31 – Superfici Vitate per aree di produzione

Area di Produzione	Superficie vitata (ha)	Superficie vitata (% sul tot)
Canavese	106,6	10,93
Carema / Canavese	22,9	2,35
Collina Torinese	36,8	3,77
Erbaluce Caluso	403,0	41,29
Freisa Chieri / Collina Torinese	157,5	16,13
Pinerolese	217,1	22,25
Pinerolese / Pinerolese Ramie	5,0	0,51
Valsusa	27,0	2,77
Totale	976,0	100,00

Tra le varietà di vitigni prevalgono:

- **nella DOC Canavese:** Barbera N. (33,6 ettari di superficie vitata; 31,5% sul tot), Nebbiolo N. (25 ettari; 23,5%), altre varietà a bacca nera (20,5 ettari; 19,3%), Erbaluce B. (9,8 ettari; 9,3%), Freisa N. (6 ettari; 5,9%), Dolcetto N. (3 ettari; 2,9%)
- **nella DOC Carema:** Nebbiolo (21 ettari; 91,6%)
- **nella DOC Collina Torinese:** Barbera N. (21,4 ettari; 58%), Freisa (6 ettari; 15,5%), varietà a bacca nera (4 ettari; 11%)
- **nella DOCG Erbaluce di Caluso:** Erbaluce B. (230,4 ettari; 57%), Barbera N. (84,5 ettari; 21%), varietà a bacca nera (40 ettari; 10%), Nebbiolo N. (19,8 ettari; 5%), Freisa N. (7 ettari; 1,7%), varietà a bacca bianca (5 ettari; 1,3%)
- **nella DOC Freisa di Chieri / Collina Torinese:** Freisa N. (112,8 ettari; 71,6%), Barbera N. (17 ettari; 11%), varietà a bacca nera (11,6 ettari; 7,4%), Bonarda (4 ettari; 2,4%)
- **nella DOC Pinerolese:** varietà a bacca nera (78,9 ettari; 36,4%), Barbera N. (69 ettari; 32%), Bonarda N. (15,8 ettari; 7,3%), Freisa N. (15 ettari; 7%), Neretta Cuneese N. (8,5 ettari; 4%), Dolcetto N. (6,8 ettari; 3%), Chardonnay (3,5 ettari; 1,6%)
- **nella DOC Pinerolese Ramie:** Avana (1,5 ettari; 29,6%)
- **nella DOC Valsusa:** Avana N. (9,6 ha; 35,6%), varietà a bacca nera (6,8 ha; 25,3%), Barbera N. (4 ettari; 15%)

Per quanto riguarda la tipologia di allevamento prevale:

- **nella DOC Canavese:** Orizzontale-Pergola (43 ettari; 40%), Spalliera – Guyot (34 ettari; 31,9%)
- **nella DOC Carema:** Orizzontale-Pergola (19,6 ettari; 85,9%)
- **nella DOC Collina Torinese:** Spalliera-Archetto (16,8 ettari; 45,5%)
- **nella DOCG Erbaluce di Caluso:** Orizzontale-Pergola (241,4 ettari; 60%), Spalliera-Guyot (83 ettari; 20,7%)
- **nella DOC Freisa di Chieri / Collina Torinese:** Spalliera-Guyot (79,8 ettari; 50,7%), Spalliera-Archetto (43 ettari; 27,5%)
- **nella DOC Pinerolese:** Spalliera-Archetto (122 ettari; 56%), Spalliera-Guyot (47 ettari; 21,7%)
- **nella DOC Valsusa:** Spalliera-Guyot (22 ettari; 81%)

13 - Identificazione delle communities del vino

13.1 Le interviste e i questionari

Per verificare l'esistenza (e le caratteristiche) di *communities* del vino, nelle regioni indicate dai Disciplinari come aree di produzione di vini DOC e DOCG, si sono somministrati due questionari:

- un questionario più strutturato finalizzato a interviste approfondite con i produttori vitivinicoli e altri testimoni qualificati, quali gli amministratori locali, le proloco e le associazioni turistiche, le cantine sociali e i consorzi di tutela (44 interviste realizzate);
- un questionario semplificato destinato a interviste con i residenti e i turisti (più di 50 questionari realizzati con i visitatori di eventi eno-gastronomici, sagre, ecc. attinenti il vino).

Nella costruzione delle tracce, in particolare, l'analisi della letteratura unitamente a quanto appreso dai alcuni colloqui preliminari con esperti del comparto, ha suggerito di concentrare l'attenzione sui seguenti **valori e fattori strutturanti** delle comunità del vino:

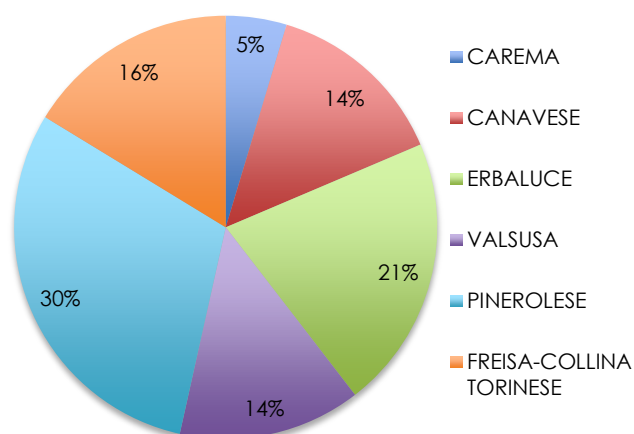
- **il terrain/terroir e gli elementi di pregio del paesaggio vitivinicolo.** Il fine è capire quanto le caratteristiche fisiche dei suoli e dei vitigni siano apprezzati localmente e contribuiscano a identificare, distinguere e sviluppare il sistema socioeconomico locale. Elementi che rafforzano questa percezione riguardano la continuità, la visibilità e la qualità paesaggistica delle vigne e delle architetture eventualmente associate (balmetti, ciabot, crutin, topie...). Al contrario, sono elementi che indeboliscono la percezione valoriale la parcellizzazione, l'incuria e l'abbandono dei vigneti, così come la loro mancata percezione visiva da parte di residenti e visitatori.
- **il processo produttivo.** Il riferimento è alle caratteristiche dei processi e dei luoghi della produzione vitivinicola, tanto per quel che riguarda il lavoro in vigna, quanto per quel che attiene la vinificazione e la commercializzazione delle uve e dei vini. Modelli di organizzazione di queste attività che risultano peculiari, specializzati e/o radicati (dal punto di vista storico ma anche dal punto di vista del coinvolgimento lavorativo e economico dei soggetti locali) contribuiscono a creare sentimenti di appartenenza e l'identificazione di un sentire comune. Processi che si realizzano con maggiore difficoltà in contesti a elevata multifunzionalità e dove il tessuto produttivo è atomizzato.
- **gli asset intangibili legati al lavoro in vigna e alla produzione del vino.** Si fa riferimento al sistema di **competenze** nell'allevamento della vite e nella vinificazione che la comunità locale ha ereditato dal passato e che contribuisce a riprodurre e trasmettere. In alcuni casi questa competenze sono competenze pratiche, know how sviluppato attraverso la pratica diretta. In altri casi sono saperi di tipo più generale, assimilati attraverso l'osservazione e l'ascolto. In questa categoria è ricompresa anche la rappresentazione associata alla produzione vitivinicola locale, ossia l'insieme dei **valori** ad essa attribuiti. Come detto nell'introduzione, **qualità, tradizionalità e genuinità** sono esempi di valori che produttori e consumatori (anche solo potenziali, come nel caso dei turisti occasionali) attribuiscono alla viticoltura eroica. Altri valori possono essere quelli della **piacevolezza**, della **raffinatezza**, dell'**eccellenza**, dell'**unicità**, dell'**innovazione**, della **tipicità** o, al contrario, della **novità**, dell'**eticità**, della **salubrità**, della **naturalità**, della **sostenibilità**, dell'**economicità** a parità di qualità, ecc. (cfr. tra gli altri Cavicchi, 2008). Anche la presenza di **buone pratiche**, se opportunamente trasmesse e introiettate dal sistema degli attori locali, sono asset importanti nella creazione di legami di comunità strutturati attorno ai valori del vino.
- **la continuità storica dei vitigni.** È un aspetto che si lega a quello del paesaggio e dei saperi tradizionali e che si basa sull'idea che sia più facile fare comunità se gli attori condividono

una comune appartenenza storica. In alcuni casi i vitigni possono anche essere proprio quelli del passato, ma si tratta di una condizione rara: negli ultimi decenni cause diverse (malattie, eventi calamitosi, infestanti, incuria dell'uomo e il fisiologico esaurimento dei terreni) hanno determinato un po' ovunque in Piemonte il reimpianto delle vecchie vigne (vigneti autoctoni molto antichi sopravvivono in alcuni territori terrazzati particolarmente vocati della Val Susa e del Pinerolese); né si deve pensare che l'antichità del vigneto determini automaticamente una maggiore qualità del prodotto finale.

- **le componenti culturali identitarie legate al vino.** Aspetti di cultura orale (canzoni, detti, proverbi, parole e modi di dire, vecchi rimedi e ricette ecc.) e scritta (racconti, storie, leggende ecc.), insieme con le pratiche della tradizione contadina possono contribuire anch'essi a creare e mantener viva la memoria collettiva legata al vino. Se presenti, anche i toponimi e la presenza di repertori iconografici ispirati al vino (frequentemente le araldiche dei comuni in Italia raffigurano i prodotti tipici del territorio, tra cui anche la vite).
- **gli attori del vino.** Come si è detto, nello studio si assume una definizione molto larga di sistema agroalimentare legato al vino. Coerentemente, le interviste sono state strutturate in modo da identificare tutte le varie tipologie di attori potenzialmente coinvolgibili nella realizzazione di progetti locali di sviluppo enoturistico: imprese, istituzioni, associazioni di categoria, consorzi di tutela, enti e organizzazioni collegate, singoli consumatori e gruppi di consumo, rivenditori e agenti di commercio, ristoratori, esercenti ecc.
- **le progettualità locali.** Si tratta di valutare l'importanza che le indicazioni di piano, i progetti in corso e quelli recentemente conclusi (al massimo entro gli ultimi dieci anni) rivestono sul versante del turismo eno-gastronomico e il ruolo dei diversi attori locali nella cura e promozione del territorio. Importante è anche verificare se nei diversi territori analizzati si crei o meno l'associazione tra il vino e altri prodotti culturali territoriali, ossia prodotti che siano considerati espressione di uomini, cose, tradizioni, valori e culture locali specifici (Accornero, 2008).
- **la cultura del bere.** La letteratura riconosce nei membri di una medesima comunità la condivisione di specifici meccanismi di autoregolazione. Nel caso del vino si fa propria l'ipotesi di Beccaria, in base a cui chi risiede in territori tradizionalmente e fortemente vocati alla produzione di vino tendenzialmente sviluppa modalità più responsabili e "salubri" di consumo. Per questo è importante sfruttare i questionari per verificare se esistano peculiari **modelli di acquisto e consumo** (dove/come? con quale frequenza? con quali preferenze?).

13.2 Il campione analizzato: produttori e esperti

Fig. 49 - Distribuzione delle interviste a produttori e esperti nelle aree DOC e DOCG della CMT0

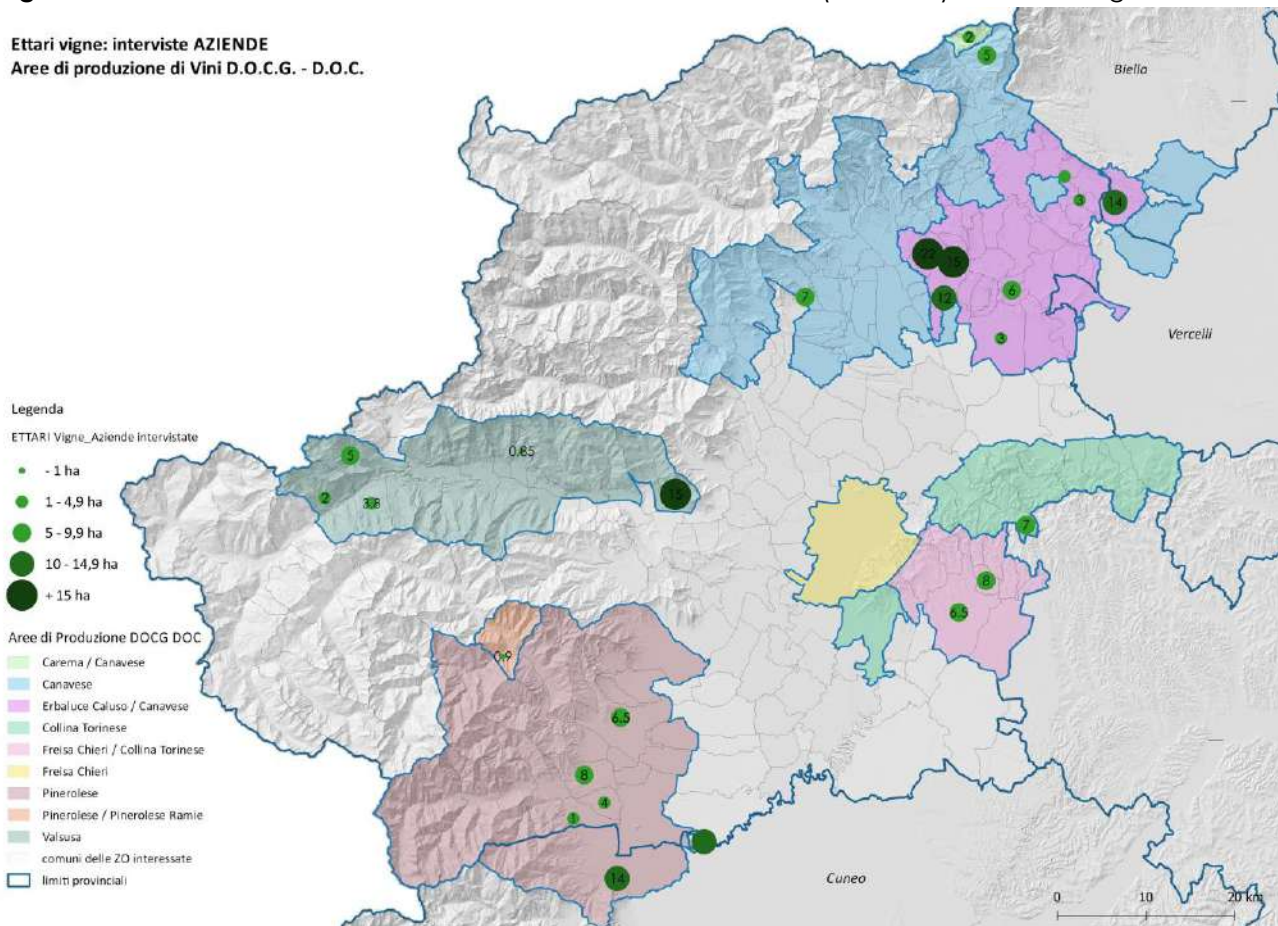


Tra maggio e novembre 2018, nelle aree di produzione dei vini DOC e DOCG della Città Metropolitana di Torino si sono realizzate 44 interviste in profondità.

Tredici interviste hanno riguardato la DOC Pinerolese (di cui tre la DOC Pinerolese-Ramie), nove la DOCG Erbaluce; sette la DOC Collina Torinese e Freisa di Chieri; sette la DOC Canavese; sei la DOC Valsusa; due la DOC Carema.

i) Nella mappa che segue la **localizzazione delle interviste** è accompagnata dall'indicazione degli ettari di vigne attribuibili al comune dei viticoltori intervistati (nel caso delle cantine sociali, dei consorzi e delle amministrazioni pubbliche l'attribuzione non è stata possibile)¹³.

Fig. 50 - La dimensione delle aziende intervistate; localizzazione (comune) e ettari di vigne



Fonte: nostra elaborazione (dati ricavati da interviste dirette)

Complessivamente, se si sommano tutte le superfici di vigne attribuibili ai produttori intervistati si arriva a quasi **190 ettari**, che diventano quasi 500 se si tiene anche conto delle superfici dei conferitori afferenti alle cantine sociali. Rispetto ai 900 e più ettari indicati in anagrafe (cfr. tabella 31), si tratta quindi di un **campione significativo**, soprattutto se si tiene conto del non irrilevante tessuto micro di vigne che in Piemonte continuano ad essere utilizzate per autoproduzione di vino, soprattutto nel Pinerolese e in Val Susa, e che è molto difficile contabilizzare.

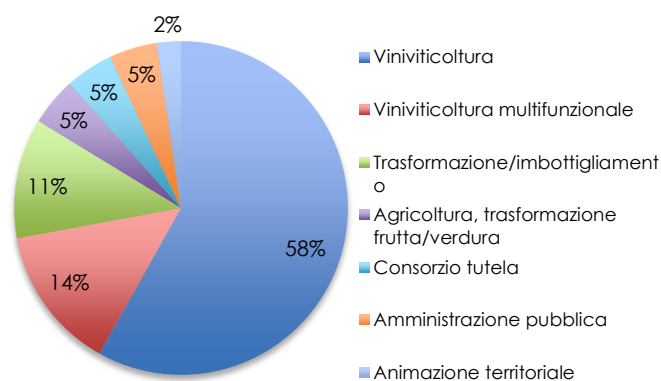
ii) Un altro aspetto importante nel connotare il campione d'indagine riguarda l'**expertise settoriale e territoriale** degli intervistati.

Per quel che riguarda la *conoscenza del settore*, tutti gli intervistati, non solo i produttori, si siano detti esperti del lavoro in vigna (per professione o hobby). In aggiunta, si sono raccolte le opinioni, relative a tutto il territorio metropolitano, di soggetti interni alla Camera di Commercio di Torino e dell'Enoteca Regionale dei Vini della Provincia di Torino.

¹³ Per tre aziende che hanno vigne distribuite in più comuni, l'assegnazione del comune di riferimento è stata fatta sulla base della localizzazione della sede legale (Bruzolo, Exilles, Cuceglio).

Nel 72% dei casi le interviste sono state condotte con titolari o dipendenti di piccole (micro) aziende agricole dedite unicamente all'allevamento della vite e alla vinificazione. Solo un'azienda su cinque ha dichiarato di realizzare altre attività, tra cui la coltivazione di piante, frutti e ortaggi, l'apicoltura, l'allevamento di animali, la trasformazione e vendita di prodotti agroalimentari, la ristorazione e l'accoglienza.

Fig. 51 – Occupazione degli intervistati; freq. risposte (%)



Per quel che riguarda la *conoscenza del territorio*, un po' ovunque, gli intervistati hanno dichiarato di vivere nel medesimo comune dove avviene la vinificazione e/o l'allevamento della vite. In soli sei casi l'intervistato ha dichiarato di avere residenza in un comune diverso da quello della sede dell'azienda e in tre di questi casi la distanza è molto ridotta e il comune di residenza è ricompreso entro i confini della DOC/DOCG o è comunque sede di vigneti di proprietà. Hanno quindi un marcato radicamento locale, oltre a una buona consapevolezza delle risorse del territorio.

iii) La maggior parte delle aziende coinvolte nell'indagine presenta un **modello organizzativo** di tipo familiare (24 su 31), in genere trasversale a più generazioni, e in diversi casi (16 su 31) è stato possibile constatare come la titolarità dell'azienda sia passata in anni recenti ai membri più giovani della famiglia (neodiplomati o neolaureati).

Tab. 32 – Gestione aziendale familiare e ricambio generazionale; freq. risposte

Gestione familiare?	
no (con dipendenti)	7
si (titolare e famigliari)	24
totale	31

Ricambio generazionale?	
con figli in azienda/ titolare giovane	16
senza figli in azienda	15
totale	31

Rispetto alla dinamica di strutturazione di una comunità del vino, la dimensione **famigliare** delle aziende viti-vinicole locali è un prerequisito importante per la stratificazione dei saperi nel settore e elemento alla base di molti dei valori associabili al vino: qualità, tradizionalità, tipicità, genuinità. Non a caso, in linea con una pratica usuale nei settori agricolo, alimentare e artigianale, in più della metà delle aziende sentite (19 su 31) la denominazione aziendale riprende quella familiare e non mancano le testimonianze dell'impiego di elementi della tradizione familiare (stemmi, loghi, proprietà immobiliari e fondiari, collezioni) per la promozione dei prodotti. Il legame vino-famiglie locali è sviluppato soprattutto nella DOCG Erbaluce e può essere considerato tra gli elementi che più contribuiscono a strutturare il territorio nella forma di una comunità del vino. Le "famiglie del vino" di Caluso, Agliè, San Giorgio, Viverone, Piverone non solo hanno una conoscenza reciproca di lungo periodo, ma in molti casi condividono la memoria di esperienze comuni. Ciò fa sì che, pur in un contesto di inevitabile competizione (che ha portato alcuni a parlare "**clan del vino**"), sia possibile realizzare **positive forme di condivisione, spendibili in chiave turistica e progettuale**. Una *best practice* in questo senso è stata l'anteprima dell'evento "Calici tra le Stelle" ad Agliè (venerdì 13 luglio 2018, ore 18) in cui i capostipiti e le "giovani leve" di

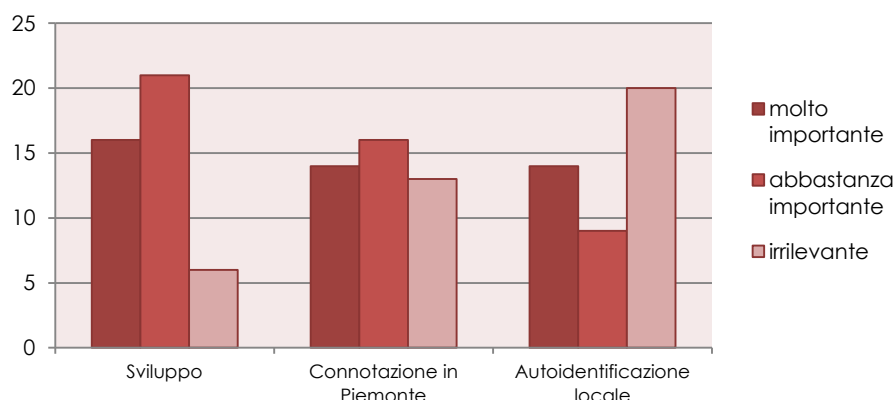
alcune principali aziende vitivinicole locali si sono ritrovati in un convegno aperto al pubblico, per discutere della storia e del futuro della DOCG Erbaluce. Ne è risultata una narrazione di grande fascino e un piacevole momento conviviale finale (con degustazione dei vini dei relatori intervenuti), capaci di trasmettere l'immagine di una **radicata identità comune**, costruita in decenni di storia, al di là delle differenze e degli interessi individuali.

Nello stesso tempo, la struttura familiare delle aziende **non facilita la creazione di un indotto**, né la **ridistribuzione della ricchezza e delle conoscenze sul territorio**. Per esempio, il fatto che solo le aziende più grandi e strutturate, oltre ovviamente alle cantine sociali, siano in grado di assumere personale in forma stabile determina una perdita di potenzialità di sviluppo per il territorio. Il personale assunto, facendo tesoro delle conoscenze apprese, diventa infatti il veicolo per avviare nuove attività, e creare nuova occupazione e ricchezza. Inoltre si evita il problema del ricambio generazionale che, soprattutto tra le aziende più piccole e tra i conferitori più anziani (per i quali il lavoro in vigna presenta per lo più i tratti di un hobby molto impegnativo o un'attività integrativa alla pensione), incontra gravi difficoltà. Dei 15 casi di aziende intervistate senza figli in azienda 6 sono quelle per le quali non si vede la possibilità a breve di un ricambio generazionale (per l'assenza di figli o la presenza di figli troppo piccoli o non interessati a proseguire).

iv) La distribuzione per fasce di età degli intervistati evidenzia una preminenza di interviste con individui di età media e avanzata piuttosto che giovani: gli over 40 sono circa due terzi del campione, ma il dato è poco significativo in quanto spesso le interviste sono state condotte in presenza di più interlocutori le cui età non sono state registrate. Significativo è invece il dato relativo al genere degli intervistati: in circa 40 casi su 44 tratta infatti di soggetti di sesso maschile, e poco importa che in 3-4 interviste l'esperto di sesso maschile fosse in realtà coadiuvato da un esperto di sesso femminile: la sproporzione è netta e riflette una condizione ancora molto diffusa nel comparto vitivinicolo torinese - mentre secondo alcuni osservatori (es: ¹⁴) nel resto d'Italia la proporzione, almeno per la parte di produzione del vino (no conferimento uve), sarebbe oggi arrivata ad attestarsi su un rapporto di 1 a 3.

13.3 Il legame vino-territorio

Fig. 52 - La percezione dell'importanza del vino; freq risposte per percezione e valore



¹⁴ Tra gli articoli recenti sul ruolo delle donne imprenditrici nel settore vitivinicolo ed enoturistico italiano si veda <https://www.borsaitaliana.it/notizie/food-finance/food/donneevino.htm> (articolo del 25 Ago 2016 - 14:30; ultima visita: gennaio 2019).

Per quantificare il livello di apprezzamento dei valori di **tipicità, tradizionalità e autenticità** dei vini locali di qualità, nonché della loro spendibilità dal punto di vista dello sviluppo enoturistico, ai produttori e agli esperti è stato chiesto di valutare in una scala a tre livelli l'importanza del vino come: fattore di sviluppo, elemento di connotazione rispetto al resto del Piemonte, elemento di autoidentificazione della comunità locale.

v) La quota maggiore degli intervistati (quasi uno su due; il 49%) ritiene il potenziale di sviluppo del vino locale DOC/DOCG moderatamente rilevante. Solo il 37% degli intervistati lo ritiene una **risorsa di sviluppo del territorio** molto importante. Tale giudizio si ritrova con maggiore frequenza nei territori delle DOC Carema, Pinerolese-Ramè e Erbaluce. Nelle altre zone, in alcuni casi anche molto vocate, la viticoltura non è sempre vista come una risorsa economica. Per esempio nei territori delle DOC Valsusa e Collina Torinese/ Freisa di Chieri gli intervistati riconoscono al vino un promettente potenziale di sviluppo che, però, si trova ancora in uno stadio embrionale. Il restante 14% lo ritiene importante ma, nei fatti, irrilevante.

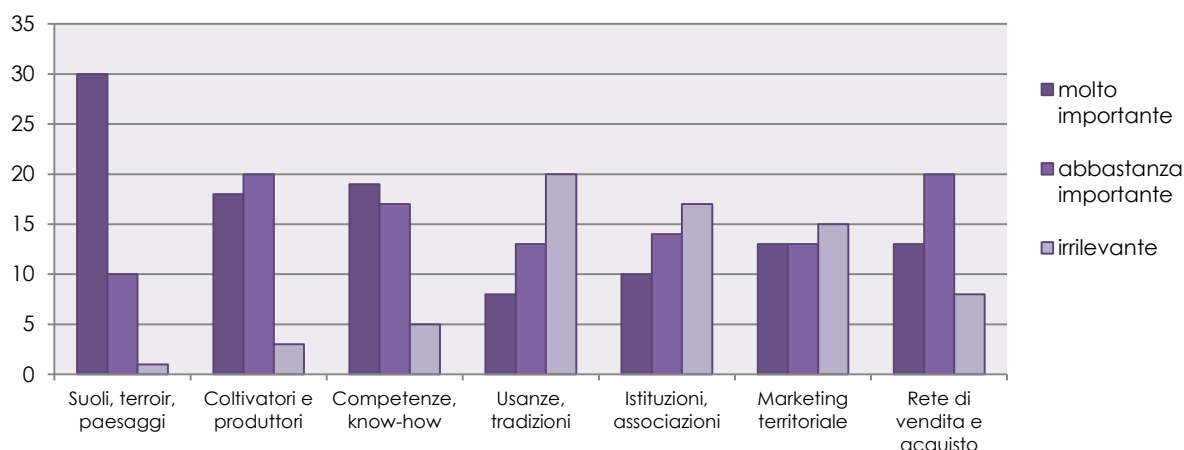
Tra le aree più forti e strutturate in termini economico-produttivi vi è la zona dell'Erbaluce di Caluso, la cui locale economia del vino sta assumendo una rilevanza crescente non solo a livello locale (con l'acquisto e il recupero di territori un tempo coltivati a vigna e l'ingresso di nuovi produttori che fanno del lavoro della vigna la propria attività principale), ma anche internazionale (con un ampliamento delle reti commerciali e dei clienti). Negli altri territori analizzati la viticoltura rimane un'attività marginale o di nicchia, che fatica ad inserirsi in un mercato più allargato. Soprattutto nei territori montani dove piccoli proprietari, spesso anziani, gestiscono lotti molto piccoli (in molti casi non si arriva all'ettaro) e difficili (frammentati su terrazzamenti dove il lavoro meccanizzato è quasi del tutto assente) diventa difficile garantire i livelli minimi di produzione necessari per soddisfare la domanda. Si tratta dei territori della Valsusa, del Pinerolese, di Carema e in parte del Canavese.

vi) Un intervistato su tre (33%) ritiene che il vino sia anche un fondamentale **elemento di connotazione** che distingue le zone DOC/DOCG del quadrante metropolitano rispetto alle altre aree vitivinicole del panorama regionale. Se si pensa alle Langhe viene automatico il binomio vino-territorio. Per la Città Metropolitana di Torino non è scontato. Casi particolari sono quello di Carema e dell'Erbaluce. Per il Carema l'area della DOC coincide con il comune e di conseguenza l'associazione vino-territorio è più forte; diverso il caso dell'Erbaluce, in cui molti riconoscono il legame con la città di Caluso, ma non con l'intera zona della DOCG. Le restanti risposte si ripartiscono come segue: il 37% degli intervistati esprime un giudizio intermedio; il restante 30% ritiene che il vino locale non sia in nessun modo un fattore distintivo riconoscibile del territorio.

vii) Un intervistato su tre (33%), infine, ritiene che il vino svolga un importante ruolo come fattore di auto-riconoscimento e **auto-identificazione della comunità locale**. Ci sono territori in cui il sapere e le tradizioni legate al vino sono molto più radicate perché sono parte della stessa storia della comunità; in altre situazioni, invece, questo legame si sta perdendo e spesso sono proprio gli abitanti a non sapere che il comune dove risiedono faccia parte di una zona di produzione vinicola DOC/DOCG. Il 21% degli intervistati esprime un giudizio intermedio, mentre il restante 47% non ritiene che la comunità locale abbia ancora sviluppato adeguati livelli di consapevolezza e attaccamento verso i vini locali.

13.4 La percezione dei valori legati al vino

Fig. 53 - La percezione dei valori locali legati al vino; freq. risposte per valore e giudizio



viii) In assoluto, i valori ritenuti più importanti e peculiari sono quelli connessi con le **particolari condizioni locali dei terreni (terroir) e dei paesaggi**. Oltre il 70% degli intervistati che hanno risposto alla domanda ritengono che questi aspetti siano valori comuni di primaria importanza. Nel 24% dei casi il giudizio è comunque positivo, mentre la percentuale di chi ritiene che non siano valori rilevanti e connotanti si attesta su livelli residuali (3%). Anche nei territori dove i vigneti sono meno visibili, perché siti in zone pianeggianti lontane dalle vie di transito o inframmezzate con lotti di altra natura (commerciali, industriali, agricole), il paesaggio è riconosciuto come importante valore comune associabile al vino.

ix) In seconda posizione vengono le **competenze locali in materia di vinificazione e allevamento della vite (46%)** e il **sistema locale dei coltivatori e produttori viti-vinicoli (44%)**. Il know-how ereditato dalla tradizione, in particolare, è considerato un fattore strategico e la cifra distintiva dei vini della Città metropolitana di Torino. Una tradizione che, formatasi inizialmente attraverso attività di conferimento e/o vinificazione subordinate a altre occupazioni, si è trasmessa nei decenni dando vita a realtà aziendali piccole ma capaci di guadagnarsi una posizione nei mercati.

Sebbene negli ultimi decenni la maggioranza delle vigne della CMTto sia stata reimpiantata e le tecniche di vinificazione si siano innovate in modo sostanziale, la dimensione familiare e storica delle attività viti-vinicole è spesso utilizzata dalle aziende come strumento di marketing e qualificazione dei propri prodotti. Esemplificativo il caso di Balbiano che agli antichi giocattoli di famiglia si è ispirato per allestire un percorso museale e disegnare le etichette dei suoi vini. Ma in generale quasi tutte le aziende considerate nell'analisi si descrivono come "attività tramandata di generazione in generazione". Il binomio **tradizione-sperimentazione** è un valore sentito in modo particolare nei territori delle DOC Erbaluce e Canavese, mentre nei territori della viticoltura più tipicamente "eroica" (Pinerolese-Ramie, Carema, Valsusa) l'attaccamento alla tradizione, anche per la presenza di qualificati fronti terrazzati che spingono verso il mantenimento delle forme tradizionali di allevamento, è più forte e diffuso. Molto orientata alla tradizione risulta anche la zona di produzione delle DOC Collina torinese e Freisa di Chieri.

x) Tra i valori ritenuti importanti rientrano anche le **reti/modalità di vendita e acquisto**. Rispetto a altri territori, nel quadrante metropolitano il mercato locale gioca un ruolo ancora preminente. Sebbene in riduzione, sono numerose le realtà che "a richiesta" vendono il vino sfuso o con

imballo bag-in-box. Nelle zone più turistiche è poi frequente il caso dei campeggi che acquistano il vino dai produttori e consorzi locali. Inoltre l'elevata frammentazione e polverizzazione delle vigne rende strategico il ruolo delle cantine sociali, anche se messe sempre più in difficoltà dall'invecchiamento dei conferitori e dall'assenza di prospettive di ricambio generazionale. In almeno un paio di casi le cantine sociali hanno dichiarato di essere state costrette a assumere varie funzioni di "assistenza" ai viticoltori (ad esempio nella ricerca di bandi e finanziamenti) e siglare accordi di gestione/presa in carico diretta delle vigne a rischio di abbandono; e non si esclude che in futuro queste stesse cantine possano scegliere di strutturarsi come cooperativa per poter assumere la proprietà diretta delle vigne.

xi) Giudizi modesti sono stati invece espressi sulle locali politiche/iniziative di **marketing territoriale**, sulla presenza di **enti locali, istituzioni, associazioni attivi nella promozione del comparto viticolo** e sulla presenza di **usanze e tradizioni legate al vino**. Queste ultime, in particolare, sono state ritenute irrilevanti dal 49% dei rispondenti; le istituzioni locali dal 41%; il marketing dal 36%.

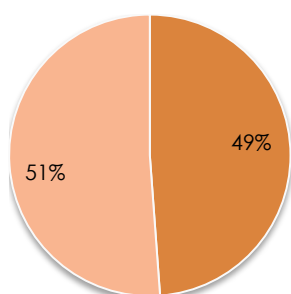
Tab. 33 – Distribuzione delle risposte (%) relative ai soli aspetti rilevanti per lo sviluppo viti-vinicolo

	caratteristiche fisiche	coltivatori produttori locali	competenze viticoltura vinificazione	usanze, tradizioni legate al vino	attivismo istituzioni locali e associazioni	marketing territoriale	vendita e acquisto
Molto importante	70 %	42 %	44 %	19 %	23 %	30 %	30 %

13.5 La percezione delle aree core e buffer

Dal punto di vista storico e geografico, il quadrante metropolitano presenta diverse aree vocate per la vinificazione e, almeno sino ai primi anni del XX secolo, la maggior parte di queste zone era effettivamente occupata da terreni a vigna. La zona della Serra, per esempio, presenta un terroir molto favorevole ai vini bianchi. Le basse vallate alpine con i terreni pietrosi e l'elevata escursione termica permettono di ottenere vini bianchi e rossi profumati. Una porzione molto estesa della collina torinese era occupata da vigne... Accanto a questi, altri territori meno vocati erano comunque tenuti a vite e contribuivano alla diffusione dei valori ad essa legati. Per effetto dell'industrializzazione e dell'edificazione sono però divenuti economicamente insostenibili e nella maggior parte dei casi sono stati riconvertiti o abbandonati.

Fig. 54 – Comune interessato ai valori del vino; freq risposte



Per capire la percezione di quanto è rimasto è stato chiesto di specificare le zone di concentrazione dall'economia del vino nelle sue varie espressioni (terreni, produttori, know-how, mercati) evidenziando i casi in cui il comune di riferimento è interessato estesamente o solo in parte. Ne è risultata una fotografia in chiaro e scuro, con solo la metà dei comuni complessivamente analizzati.

xii) Riprendendo tutti i giudizi sui comuni core e buffer si ottiene poi la mappa che segue, dove i **comuni core** sono, in prima istanza ("core1"), Agliè, Barge (CN), Bricherasio, Caluso, Carema, Chiomonte, Cuceglio, Frossasco, Piverone, Pomaretto, San Giorgio Canavese, San Secondo di

Pinerolo, Viverone (BI); e in seconda istanza ("core2"): Andezeno, Bibiana, Borgofranco d'Ivrea, Campiglione Fenile, Chiaverano, Chieri, Donnas (AO), Exilles, Giaglione, Mazzè, Nomaglio, Perosa Argentina, Perrero, Pinerolo, Prarostino, Settimo Vittone.

Fig. 55 – Comuni del vino: "core1" "core2" e "buffer"

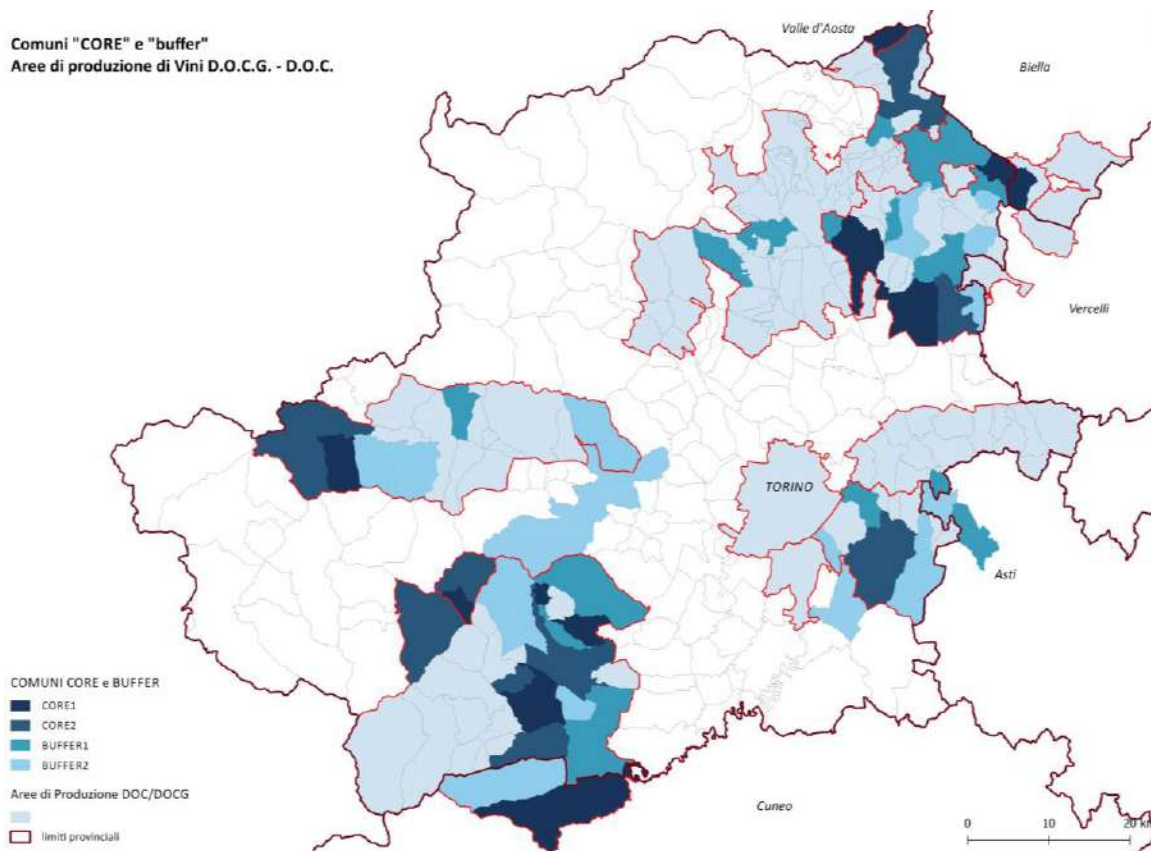


Fig. 56 - Comuni "core" DOC Pinerolese: Pomaretto (Ramie); Bricherasio, Bibiana, San Secondo di Pinerolo, Pinerolo, Campiglione Fenile, Barge (CN)

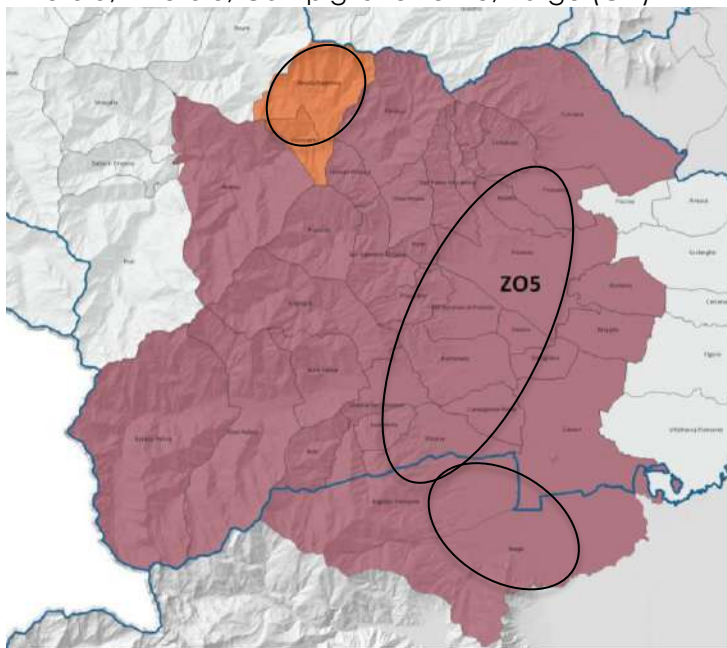


Fig. 57 - Comuni "core" DOCG Erbaluce: Caluso, Mazzè (sud); Agliè, Cuceglia, San Giorgio Canavese (ovest); Piverone, Viverone (est - zona Lago tra To e BI)

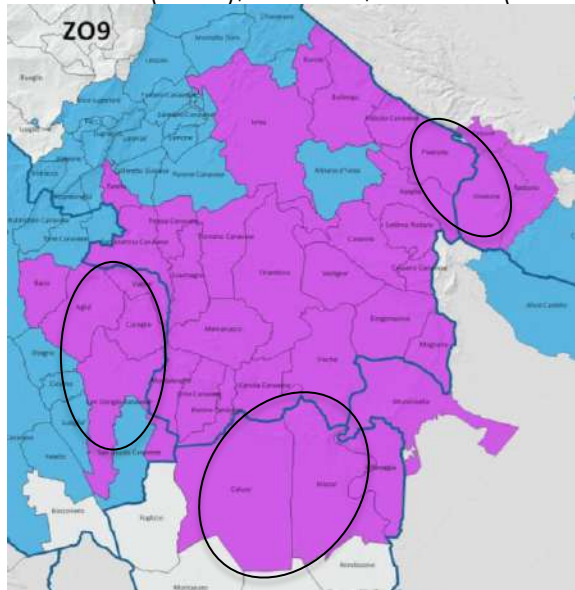


Fig. 58 - Comuni "core" DOC Carema e Canavese: Carema; Settimo Vittone (estremo nord), Borgofranco d'Ivrea, Cuceglia e Nomaglio

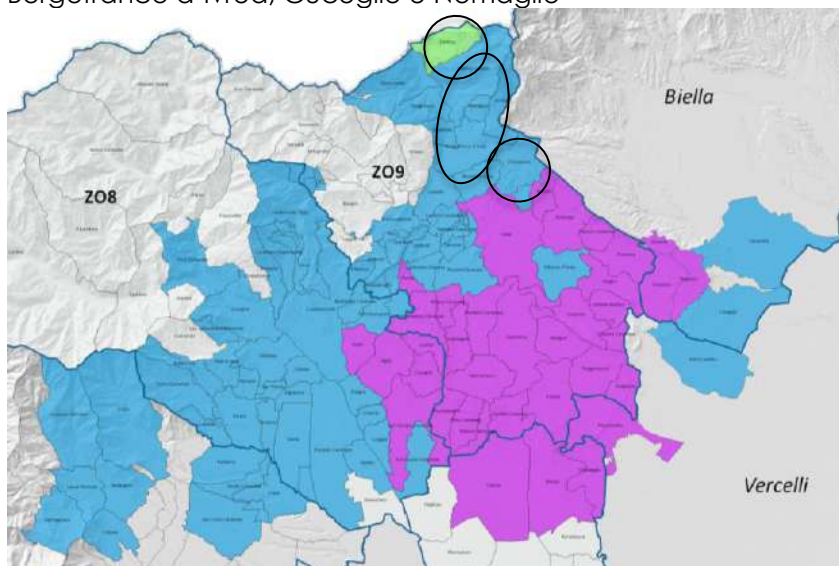


Fig. 59 - Comuni "core" DOC Freisa di Chieri e Collina T.se: Chieri, Andezeno

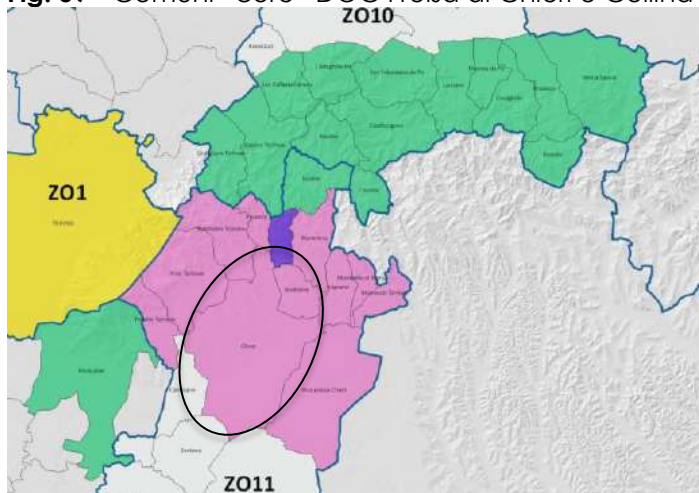
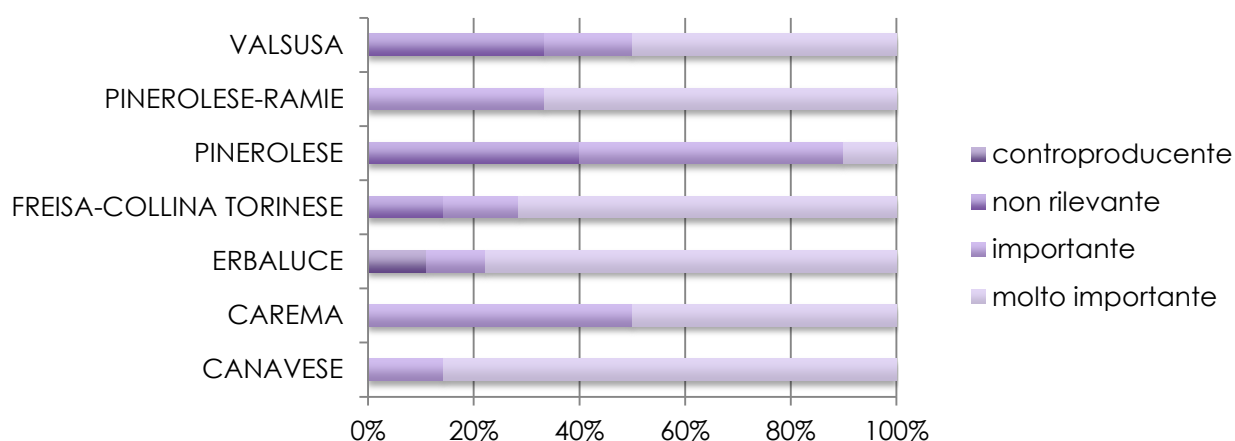


Fig. 60 - Comuni "core" DOC Valsusa: Chiomonte, Giaglione, Exilles



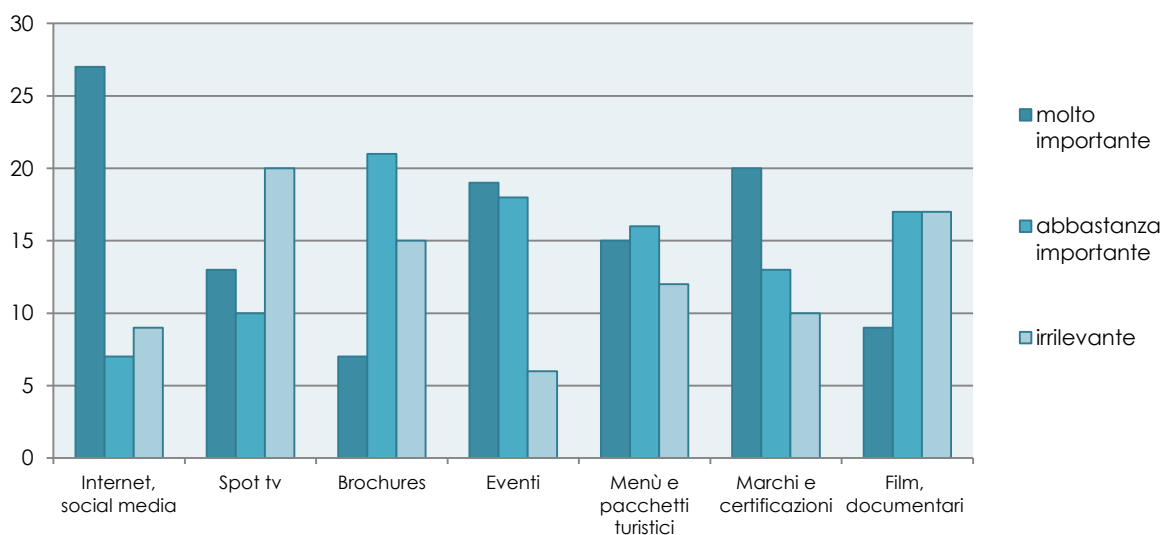
13.6 Quanto e come investire in enoturismo; freq risposte per area DOC e valutazione

Tab. 35 – Investire nel vino



xiii) Agli intervistati è stato chiesto di valutare quanto sia importante investire localmente in enoturismo. La media dei valori ottenuti è risultata molto elevata: 4,3 con mediana pari a 5. A riprova della **elevata consapevolezza degli intervistati circa la positiva associazione vino-turismo**, in 36 casi su 44 complessivi (ossia nell'81% dei casi) si sono registrati giudizi maggiori o uguali a 4.

Fig. 61 - In cosa investire? freq risposte per investimento e valutazione



xiv) Le **aree di investimento ritenute prioritarie** dalla maggioranza degli intervistati sono state innanzitutto **internet e i social media**, ritenuti significativi dal 62,8% circa dei rispondenti. Tra i vantaggi riconosciuti a questi strumenti: la possibilità di farsi conoscere in qualsiasi momento a una clientela ampia e diversificata, la flessibilità e i costi contenuti degli investimenti.

xv) In seconda istanza vengono riconosciuti come strategici gli investimenti nella **registrazione di marchi e certificazioni** (46,5%), nell'organizzazione di **eventi** (44,2%) e nella **creazione di menù o pacchetti turistici** (34,9%). In quest'ultimo punto ricadeva anche la costruzione di strade e percorsi del vino, rispetto a cui i giudizi si sono però rivelati molto discordi: mentre vi è una elevata disaffezione verso la soluzione delle "strade" (riconducibile nella quasi totalità dei casi registrati ai limitati benefici/ritorni economici e di visitatori portati dalle strade già istituite), molto più positivo è il giudizio rivolto al recupero e valorizzazione di sentieri/circuiti pedonali immersi nelle vigne, nonché verso una loro maggiore integrazione con la via Francigena e gli altri cammini esistenti. Nel caso dei marchi e certificati va invece introdotta una distinzione tra il giudizio espresso nei confronti della certificazione DOC / DOCG e quello espresso nei confronti di altre forme di etichettatura, come quelle per i prodotti biologici o di montagna. In generale, tutti riconoscono l'importanza della DOC (più che non la DOCG che si ritiene non sia ancora adeguatamente apprezzata e quindi remunerata sui mercati) come fattore di qualificazione e riconoscimento dei prodotti locali. Nello stesso tempo in più di una occasione gli intervistati hanno manifestato insofferenza verso le limitazioni e il carico di burocrazia connesso con l'ottenimento e il mantenimento della certificazione. Questo sentimento si ritrova in particolare nelle aree DOC Pinerolese (eccezione fatta per la zona del Ramie), Canavese e Valsusa (dove la denominazione generica "vino rosso" non consente di comunicare in etichetta il vitigno effettivamente impiegato) e nelle aziende in cui è più sviluppata la propensione a sperimentare nuove tecniche/modalità innovative di vinificazione. Di qui la scelta operata da alcune aziende di rinunciare per alcuni vini alla DOC in favore di una denominazione "originale" capace di connotare meglio i propri vini.

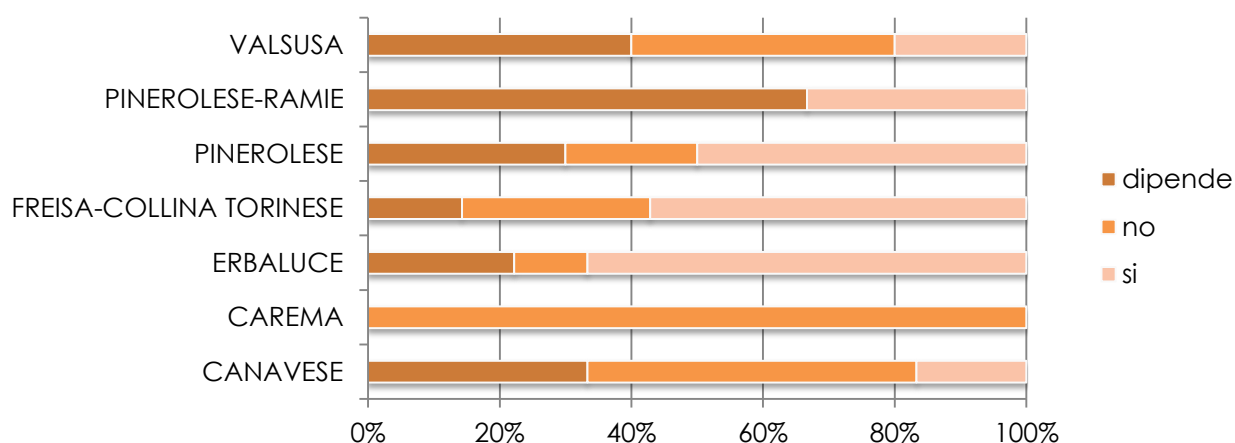
Tab. 34 –Distribuzione delle risposte (%) relative alle sole aree di investimento ritenute rilevanti

	Internet, social media	Spot tv	Brochures	Eventi	Menù e pacchetti turistici	Marchi e certificazioni	Film, documentari
Molto importante	62,8%	30,2%	16,3%	44,2%	34,9%	46,5%	20,9%

13.7 Le iniziative enoturistiche

xiv) Dalla domanda relativa alle iniziative di promozione eno-turistica locale di cui gli intervistati hanno conoscenza diretta o indiretta (sagre, fiere, manifestazioni, ecc..) si evince che queste siano solo in parte adeguate per lo sviluppo del territorio. Eccezion fatta per qualche eccellenza riconosciuta (es. Calici di Stelle ad Agliè, Di Freisa in Freisa a Chieri, Aperitivi sul battello a Viverone, Festa dell'Uva e del vino di Carema, Festa dell'uva di Bricherasio) le iniziative esistenti sono considerate fin troppo territorializzate, ossia molto legate alla scala del comune, ma con scarso interesse e attrattività e visibilità esterna. Inoltre si tratta di eventi che oltre ad assumere spesso il format di "sagra di paese" non riescono a coinvolgere adeguatamente i produttori locali, risultando di modesta qualità dal punto di vista enoturistico. Quelle che funzionano, seppur numericamente contenute, sono invece ritenute una buona vetrina per le produzioni e il territorio.

Tab. 36 – Iniziative di promozione eno-turistica



13.8 Il campione analizzato: i turisti

Per costruire un campione di indagine interessato, ma non necessariamente esperto, tra aprile e novembre 2018, in occasione di diversi eventi a tema vino¹⁵ del territorio metropolitano, si sono raccolte le opinioni di 40 turisti.

Tab. 37 – Questionari/ interviste realizzati per tipo di evento

Comune e evento	n. interviste
Agliè "Calici tra le stelle" (13-14 luglio 2018)	2
Carignano/ Almese/ Campiglione Fenile "Fiori & Vini a Carignano" (12 maggio 2018)	5
Baldissero "65a Sagra del vino e uva Cari" (7-8 ottobre 2018)	9
Borgofranco d'Ivrea "Andoma ai Balmit" (15 giugno 2018)	2
Caluso ALICE NEL CANAVESE, la festa delle Meraviglie (14.15 aprile 2018)	7
Pinerolo "Sapori DiVini" (7-8 luglio 2018).	4
Torino "DOC DAYS" (Eataty) (24-25 novembre 2018)	7
Torino e collina "La Vendemmia a Torino" (19-21 ottobre 2018)	3
Viverone "festa della birra" (13 luglio 2018)	1

Di 40 intervistati, 20 partecipavano per "turismo", 9 per "affari" (ad esempio, perché del settore: enologi, studenti di enologia, ecc..), il resto per svago o perché residenti. La metà sono giovani e adulti di età compresa tra i 20 e i 49 anni, l'altra metà sono adulti dai 50 anni in su. Si tratta in generale di persone che consumano vino in famiglia o con amici le cui risposte hanno permesso di cogliere alcuni aspetti salienti che, il più delle volte, confermano la percezione dei produttori e ne rafforzano le richieste.

¹⁵ Gli eventi sono: 65a Torino DOC DAYS - Eataty Torino, Festa della birra di Viverone (14-16 luglio 2018); Fiori & Vini a Carignano La Vendemmia a Torino (19-21 ottobre 2018); Sapori DiVini - Pinerolo (7-8 luglio 2018).

13.9 L'importanza del vino per il territorio nella percezione dei turisti

xv) La percezione sull'importanza del vino e sullo sviluppo del settore enoturistico è piuttosto positiva, anche se diversificata da zona a zona.

Nel caso dell'Erbaluce per i comuni di Caluso e Agliè il vino è riconosciuto come un elemento di identità, così come un potenziale per lo sviluppo economico del territorio; non così a Viverone, dove è valutato del tutto irrilevante. Per i comuni della DOC Collina torinese e Valsusa il vino è un elemento caratterizzante e un'opportunità per il futuro (anche se alcuni sostengono che non lo sia per la città di Torino). Infine nel Pinerolese c'è un marcato pessimismo se si guarda alla città di Pinerolo, mentre all'esterno (Campiglione Fenile) si riconosce nel vino un elemento identitario e un potenziale fattore di crescita.

Fig. 62 - Vino come identità locale; freq. risposte

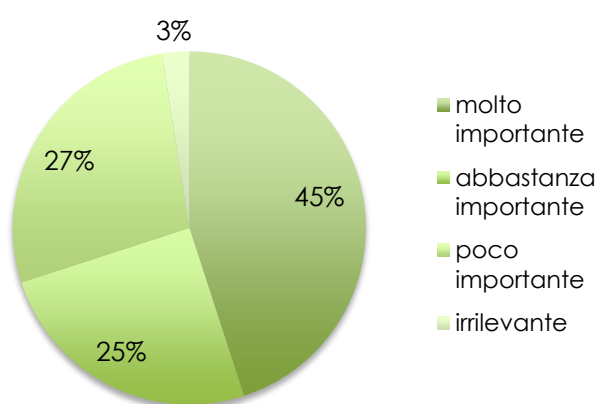
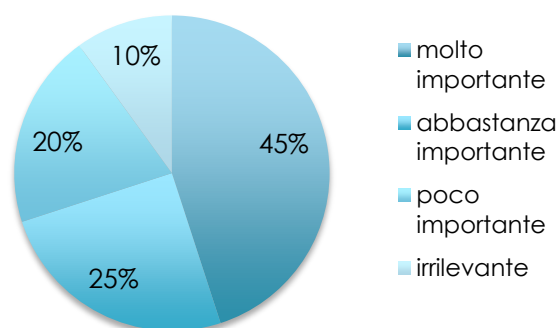


Fig. 63 - Vino come fattore di crescita economica; freq. risposte



13.10 Consapevolezza geografica della tipicità dei vini nella percezione dei turisti

Fig. 64 - Consapevolezza area DOC/DOCG

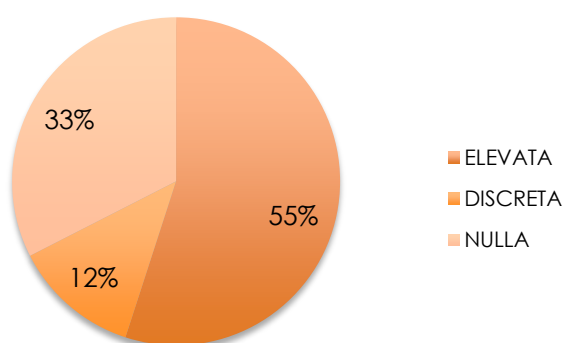
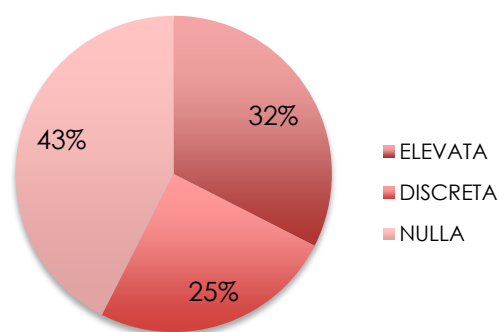


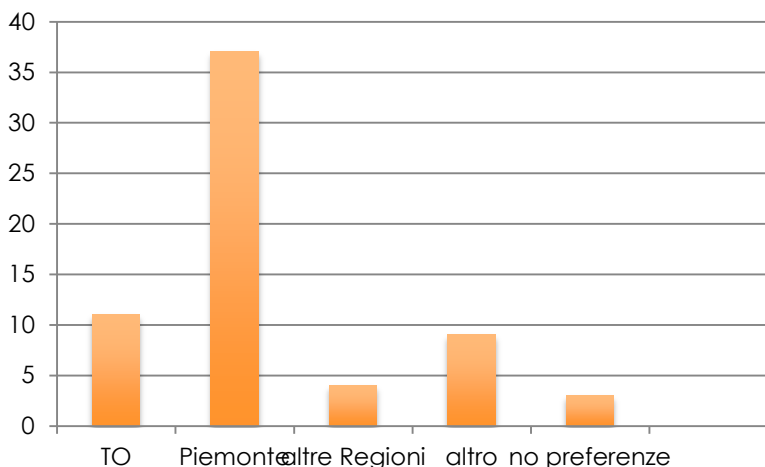
Fig. 65 - Dimensione area DOC/DOCG



xvi) Il 55% del campione è consapevole che il Comune in cui si trova fa parte di un'area di produzione di vini DOC. Ciò nondimeno, il 43% non ha idea di quale sia l'intera area di produzione della DOC/DOCG, contro un non irrilevante 32% che saprebbe indicarla con precisione.

13.11 Apprezzamento geografico e criteri di scelta nella percezione dei turisti

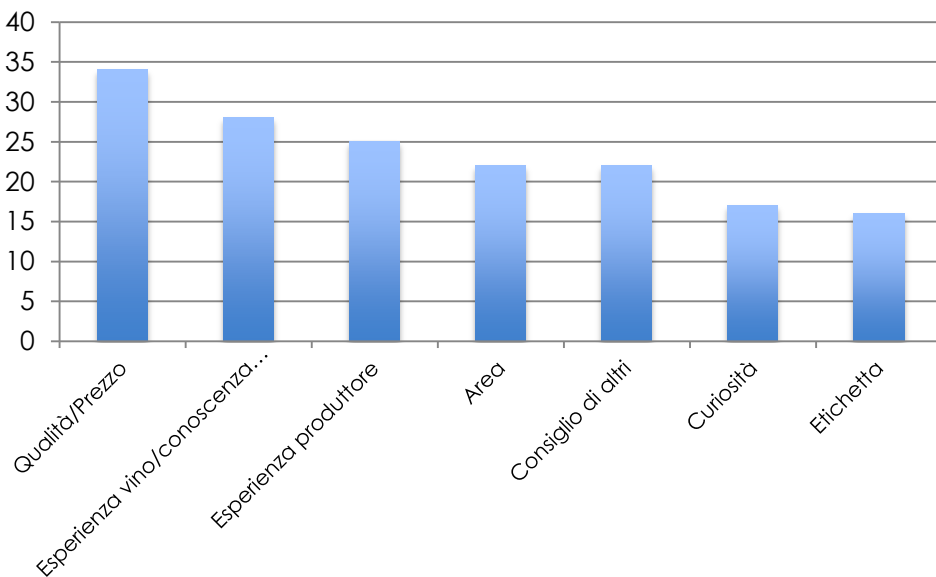
Fig. 66 – Preferenze vini; freq risposte per macro-area geografica di produzione



xvi) Dalle interviste emerge un particolare interesse verso i vini del Piemonte. Il 58% dei rispondenti infatti preferisce vini della Regione (di cui circa il 30% precisa vini del Cuneese), in particolare di: barbera, nebbiolo, dolcetto. A questi si aggiunge il 17% di coloro che specificano il proprio interesse verso i vini del torinese (l'Erbaluce, il rosso Carema, la Freisa di Chieri, il Baratuciat e l'Avanà della Valsusa). In ordine di preferenze il 14% risponde prosecco, spumate e vini bianchi o rossi (generico); il 6% vini di altre Regioni (come Gewurtztraminer, Amarone, Donnafugata e Marsala); infine un 5% circa non ha preferenze (sceglie principalmente in base all'occasione). Ad ogni modo, il 62,5% degli intervistati afferma che tra i vini preferiti ci sono anche quelli della DOC/DOCG del comune di riferimento (dell'evento al quale partecipa).

xvii) Per quel che riguarda i criteri di scelta sono stati considerati solo quelli ai quali gli intervistati hanno attribuito un peso maggiore. Dal numero di risposte emerge una particolare attenzione al rapporto qualità/prezzo, segue la conoscenza del prodotto e del produttore. L'area geografica è un altro elemento significativo per una buona parte degli intervistati, così come l'esperienza di provare un vino su consiglio di altri; qualcuno sceglie per curiosità ed infine per alcuni anche l'etichetta può avere la sua importanza nella scelta del prodotto da acquistare.

Fig. 67 – Con quale criterio si sceglie il vino



14 - L'Analisi SWOT

Le indicazioni derivate dalle interviste e dai dati analizzati evidenziano la presenza di punti di forza e di debolezza, opportunità e rischi che sono in parte comuni, in parte diversificati per ciascuna delle 6 aree analizzate. Gli elementi comuni in particolare possono essere ricondotti ai seguenti fattori di crescita e ostacolo.

Cosa sta cambiando e migliorando:

1. vino come risorsa di sviluppo territoriale: attenzione alla qualità (e non alle quantità);
2. maggiore sensibilità da parte di associazioni e enti a promuovere le produzioni locali;
3. nuovi giovani che si lanciano nel mondo vitivinicolo, anche con ottimi risultati;
4. recupero e ripristino di alcuni vigneti abbandonati;
5. maggiore interesse a crescere anche nei mercati nazionali e internazionali;
6. volontà di sperimentare forme di produzione innovative;
7. la DOC/DOCG come marchio di riconoscibilità e garanzia; attività di promozione e sviluppo legate alla denominazione (es. Torino DOC);
8. eventi mirati (degustazioni) di promozione del vino, abbinati a percorsi escursionistici nelle vigne, visita nella cantina e menù della cultura eno-gastronomica (ancora poco diffuso ma qualcuno inizia), prevalentemente di iniziativa privata;
9. progetti e/o iniziative pubbliche di tipo turistico-culturali in cui il vino vuole essere un elemento centrale (promossi dalle amministrazioni comunali insieme ad associazioni e pro loco; ad es. Pomaretto, Carema, Caluso);
10. interventi di alcune amministrazioni per la salvaguardia del territorio (es. opere di manutenzione per evitare il pericolo dei dissesti idrogeologici), che oltre a valorizzare il paesaggio, sono anche degli incentivi per i produttori (es. rifacimento dei muretti a secco).

Gli ostacoli da superare:

1. scarsa conoscenza dei territori e delle produzioni locali;
2. mancanza di sinergie tra attori e scarso interesse di fare squadra;
3. mancanza di un legame consolidato tra vino e territorio, come occasione di sviluppo economico e promozione territoriale;
4. scarsa attitudine a legare il vino con altri settori attinenti : il turismo, la gastronomia e la cultura;
5. iniziative slegate o assenti nell'eno-gastronomia (rapporti poco strutturati tra produttori e ristoratori);
6. territori montani fragili e difficilmente accessibili: "viticoltura eroica" di montagna (il più delle volte non meccanizzata, su versanti terrazzati);
7. abbandono vigne e mancato ricambio generazionale (prevalenza di anziani);
8. frammentazione spaziale (in molti casi si tratta di piccoli lotti inferiori a 1 ettaro);
9. eventi spot, sagre e manifestazioni locali poco attinenti, di scarso interesse/partecipazione o di basso livello qualitativo;
10. complessità della burocrazia (molto spesso diventa un ostacolo o una limitazione alle possibilità di crescita e investimenti); a questo si lega anche:
 - difficoltà ad accedere ai fondi,
 - progetti e iniziative (pubblici) poco attenti alle esigenze dei produttori (è anche il caso dei disciplinari ritenuti troppo vincolanti) e/o inefficaci dal punto di vista della ricaduta sul territorio (critiche sono state espresse nei riguardi della Strada Reale dei Vini).

SWOT DOC PINEROLESE – RAMIE	
Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Territori storicamente vocati • Nuovi giovani che riprendono l'attività • Diversificazione delle produzioni (vino, ortofrutta, formaggi..) e delle attività (agricoltura, allevamento e agriturismo) • Aziende multifunzionali (valorizzazione del territorio, turismo, enogastronomia, didattica) • Vendite dirette, filiera corta e tracciabilità • Collaborazioni con altri attori del territorio (es: <i>Scopriminiera</i>) • Prime sperimentazioni nel biologico • Interventi della PA: opere di manutenzione ordinaria per la tutela e salvaguardia del territorio (es. rifacimento muretti a secco) • Diminuzione del numero di aziende, ma crescita (ettari e vendite) delle competitive 	<ul style="list-style-type: none"> • Aziende di piccole dimensioni, in genere a conduzione familiare, • Superfici vitate che non raggiungono l'ettaro • Piccoli quantitativi (600-3.000 bottiglie/anno) • Difficoltà del lavoro nella vigna • Costi elevati di avvio e margini limitati di profitto • Difficoltà di accesso a finanziamenti pubblici • Variabilità delle produzioni legata alle condizioni del clima (grandine) • Limitata conoscenza/disponibilità a pagare dei clienti che impone di tenere i prezzi bassi • Difficoltà di relazioni tra produttori e ristoratori • Scarsa coesione e poca forza del Consorzio • Fallimento Cantina Sociale
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> • Percorsi didattici rivolti a scuole/famiglie per far conoscere i valori della tradizione rurale • Partecipazione a filiere turistiche territoriali e enogastronomiche • Mantenimento del paesaggio (terrazzamenti, muretti a secco, ciabot, scoli ecc.) e della biodiversità • Valorizzazione del patrimonio storico-culturale (materiale e immateriale) • Investimenti in qualità di processo oltre che di prodotto • Produrre un vino rivolto principalmente alla figura dell'enoturista (quindi non dell'acquirente casuale), italiano e straniero • Integrare tradizione e innovazione • Maggiore promozione nel mercato locale • Apertura all'internazionalizzazione: • Attività di ricerca e formazione con enti qualificati (CNR, AIAB, ricercatori universitari) • Formazione continua, corsi universitari, corsi di specializzazione, convegni. • Legare turismo e vino attraverso pacchetti enogastronomici e eventi mirati (degustazioni rivolte a un pubblico interessato); tra questi. • Collaborazioni con il Forte di Fenestrelle • Interventi pubblici a sostegno del territorio e delle produzioni (acquisizione vigne abbandonate, interventi di manutenzione ordinaria, eventi e manifestazioni mirate, ecc..) • Rafforzare la collaborazione tra i produttori e la rete tra gli attori del territorio (consorzi, PA, proloco, GAL, associazioni, comuni limitrofi es. "Sentiero del Dahu", scuole, centri di ricerca e formazione, Scuola Malva, chiesa Valdese 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambiamento climatico (l'uva matura prima, questo non è per ora un problema ma potrebbe diventarlo; gradazioni in aumento) • Abbandono delle vigne e, in generale della montagna • Non aprirsi al cambiamento: rimanere ancorati al passato può diventare una minaccia, non si migliora e non si cresce • Problema culturale: mentalità chiusa dei residenti • Problema rapporto qualità/prezzo (si preferisce acquistare a costi ridotti prodotti da territori esterni e di scarsa qualità) • Scarsa efficienza della pubblica amministrazione, spesso vista come ostacolo • Ostacolo della burocrazia • Bandi europei e PSR non accessibili soprattutto per i piccoli produttori, specie se di montagna • Rigidità del Disciplinare della DOC e procedure troppo lunghe per eventuali modifiche • Difficoltà nel saper vendere i prodotti: poche esperienze, mancanza di risorse e tempo da dedicare alle attività di marketing • Scarsa conoscenza delle caratteristiche dei territori e dei vini stessi: l'acidità dei spesso non viene apprezzata, in realtà è l'elemento di connotazione del Pinerolese • Frammentazione e mancanza di una "regia" per lo sviluppo strategico del territorio e delle produzioni • Bassa redditività dal lavoro nelle vigne: non agevola il reinserimento dei giovani, al contrario ne favorisce l'abbandono

SWOT DOC DOCG ERBALUCE	
Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Territorio storicamente vocato alla viticoltura: caratteristiche favorevoli dei suoli morenici (terroir) • Aziende di dimensioni superiori ai 10 ettari con un buon posizionamento di mercato • Ritorno alla viticoltura dopo la crisi industriale • Crescita dei volumi e degli ettari vitati • Capacità imprenditoriale diffusa • Nome Erbaluce: dal latino Alba Lux (Alba Luce) del gioielliere Croce • Spinta all'innovazione nel solco della tradizione • Export in crescita • Eventi di promozione enoturistica ("aperitivo sul battello"; "Festa dell'Uva", "Calici sotto le stelle") • 10 anni della DOCG Erbaluce nelle tre versioni (fermo, passito, spumantizzato) • Abbinamento vino-gastronomia (ricettari) • Abbinamento vino-cultura (Ninfa Erbaluce) • Attrattori turistici: Ivrea, lago di Viverone, Castello di Masino • Iniziative di marketing non solo dei produttori (es. pasticceria con erbaluce, brochure; video; ecc.) • istituzione della Credenza Vinicola • Canali web e social di promozione del Canavese e dei suoi prodotti, anche con applicazioni dedicate (es WineApp) • Esperienze di Aziende BIO (produzioni di qualità e visibilità sul mercato) 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficoltà piccoli produttori • Mercato regionale/locale è piccolo e difficile • Abbandono vigne periodo industriale (Olivetti) • Frammentazione fondiaria e paesaggistica • Poca accessibilità (e/o visibilità lungo gli assi viari) • Vigoria del fogliame e vigne poco curate che le rendono scarsamente visibili o riconoscibili • Poca collaborazione e integrazione: tra produttori, tra produttori e ristoratori, tra pubblico e privato • Poca notorietà dei prodotti locali • Legame debole tra turismo e vino • Distribuzione privilegia i marchi e i prodotti già noti • Scarsa partecipazione ad eventi; sagre poco mirate alla promozione del vino locale • Geografia bloccata dalla DOCG: si può impiantare erbaluce solo se si hanno diritti di impianto o se la nuova vite sostituisce un prodotto di qualità inferiore o che produce meno • Mentalità chiusa dei residenti e dei produttori (sentimenti di invidia) – manca la "cultura del vino" • Poche iniziative da parte delle proloco e della PA • Poca forza dei Consorzi • Poche forze economiche per uscire sul mercato internazionale da parte dei piccoli produttori
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> • Acidità delle uve con buone potenzialità invecchiamento • Abbinare il vino ai prodotti della tradizione (es. torcetto di Agliè) • Valorizzare le unicità del territorio (Serra Morenica e Anfiteatro, Lago di Viverone ecc.) e gli edifici storici (es. Castelli di Masino, Roppolo...) • Integrare turismo e vino tramite percorsi nelle vigne e nei campi, integrati con le altre strade del territorio (francigena, strada reale del vino, cammino di San Carlo, strada delle pietre bianche), visite nelle aziende, degustazioni. • Intensificare la promozione tramite social, applicazioni e siti internet • Creare a livello di consorzio degli agenti commerciali che lavorino anche all'estero • Organizzazione complessa per la promozione del turismo, a partire dalle strutture ricettive. • Creare un mercato del vino erbaluce (ripensare anche il prezzo di vendita) • Incentivi per i giovani – redditività dall'attività vitivinicola 	<ul style="list-style-type: none"> • Scarsa conoscenza e sensibilità verso i vini locali: il cliente medio non sa distinguere tra DOC e DOCG • Mancanza di un "coordinamento" tra i soggetti locali (produttori, amministrazioni, ristoratori, addetti al turismo, ecc.) • Difficoltà di ricambio generazionale, soprattutto tra i viticoltori • Peso della burocrazia: schiaccia qualsiasi attività e in particolare quelle più piccole con poche risorse umane • Poca propensione dei rivenditori, degli esercenti locali, delle proloco a promuovere i vini locali (a cui si preferiscono vini più economici e/o noti) • Conflitti interni: es. caso di Bairo e San Giorgio per la denominazione del Neretto • Perdurante "questione culturale" per cui la mentalità vecchia colpisce anche i giovani.

SWOT DOC CANAVESE	
Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Territorio vitivinicolo diversificato: a nord vigneti terrazzati e architetture topiarie; a ovest allevamento di pianura/collina a spalliera/guyot • Investimenti recenti e dinamiche di crescita • Sperimentazioni in corso (nell'allevamento e nella vinificazione) di miglioramento/innovazione • Trasmissione di saperi e conoscenze tradizionali insieme a nuove forme di sperimentazione • Inseadimento di nuove aziende di giovani viticoltori, non necessariamente esperti del settore • Recupero di vecchie aree vitate oggi imboschite e/o abbandonate • Investimenti in enoturismo (accoglienza, eventi, documentazione) da parte di aziende e privati • La DOC come circuito / spazio di condivisione tra i produttori della stessa denominazione • Interventi pubblici, laddove presenti, funzionali alla promozione e alla valorizzazione • Elementi storico-culturali della tradizione vitivinicola: Balmit (Borgofranco d'Ivrea), l'architettura topiaria e antiche strutture lungo i percorsi tra le vigne (oggi abbandonate) • Percorsi (esistenti) tra le vigne: via Francigena (da Aosta, scendendo verso Carema, attraversa tutto il Canavese e l'Eporediese verso Ivrea) 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco rilievo del settore a livello locale (CMT0) e regionale • Dimensioni piccole e familiari delle aziende vitivinicole (molti produttori hanno altri impieghi) • Frammentazione e scarsa visibilità paesaggistica dei vigneti (soprattutto nell'alto Canavese) • Poca cura del paesaggio (in alcuni territori) • Incremento delle vigne abbandonate che vengono occupate dal bosco con rischio di infestanti e malattie • Mentalità industriale e non enoturistica • Poche prospettive per i giovani che investono nella viticoltura • Assenza di strategie di sviluppo turistico integrate: iniziative estemporanee; mancanza di un coordinamento / una cabina di regia; • Limiti della DOC: ostacoli burocratici che disincentivano a investire; Disciplinare rigido; • Limitata consapevolezza da parte dei consumatori delle caratteristiche della DOC; • Poca sensibilità da parte della popolazione e degli amministratori locali • Mancata valorizzazione delle risorse storico-culturali: es. i Balmetti (quasi tutti privati) aperti solo in occasione della festa "Andoma ai Balmit" • Investimenti insufficienti nel marketing
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> • Crescente attenzione per la cura del paesaggio e per la visibilità di vigne e produzioni • Buona capacità dei giovani viticoltori a mescolare tradizione e innovazione in modo efficace • Sfruttare la crescita del comparto vitivinicolo per contrastare il declino degli altri settori • Segnali di cambiamento (nuove funzioni, nuovi servizi) nel sistema delle cantine sociali • Operazioni di mantenimento/presidio del territorio derivanti dalla messa a coltura di nuove vigne (controllo dei boschi, irreggimentazione delle acque, rifacimento di strade e fossi, risistemazione logistica dei versanti di collina, ecc.) • Strategie di sviluppo eno-turistico di medio-lungo periodo: interventi e collaborazioni tra pubblico e privato (amministrazioni, proloco, associazioni, produttori, ristoratori, tour operator, ecc.) • Valorizzare i percorsi esistenti, le strutture e le architetture della tradizione vitivinicola per lo sviluppo del settore eno-gastronomico • Connettere il vino ad altri elementi caratterizzanti il territorio: es. Castello di Rivara (Giornata FAI 2017 e degustazioni del rosso Canavesano) • Interventi del Consorzio di tutela della DOC Carema, Erbaluce, Canavese 	<ul style="list-style-type: none"> • Crisi del settore: mancanza di conoscenze e competenze (a causa della mancata trasmissione dei saperi alle nuove generazioni); • Invecchiamento dei viticoltori che, unito alla scarsa predisposizione a vendere, incrementa l'abbandono delle vigne più difficili da lavorare • Connotazione di "terra di mezzo", interclusa tra i territori delle DOC Carema e Erbaluce • Indebolimento delle cantine sociali che hanno sempre meno soci che conferiscano le uve. • Iniziative turistiche estemporanee e slegate: mancato sviluppo del territori e delle produzioni

SWOT DOC CAREMA	
Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Vino e viticoltura come elemento di forte identità territoriale – territorio tradizionalmente vocato • Paesaggio viticolo terrazzato che si è mantenuto sostanzialmente intatto: architettura “topiaria” ben conservata e autenticità nella varietà (vigne frammiste a boschi e altre colture arboree) • Casi di giovani che tornano ad avviare attività nel settore vitivinicolo • Domanda del vino locale in crescita con sempre più richieste anche dall'estero • Buon livello di export da parte dei produttori più noti / strutturati • Collaborazione e rapporti di solidarietà tra i Soci della Cantina (accordi per la presa in gestione delle vigne altrimenti a rischio abbandono; progetto di formazione connesso con la vigna sperimentale) 	<ul style="list-style-type: none"> • Piccoli produttori, la maggior parte dei quali anziani; aziende micro, a conduzione familiare • Pratica diffusa di coltivare la vigna e produrre vino come hobby e non come attività economica • Difficoltà del lavoro nelle vigne: versanti terrazzati – gran parte non meccanizzato • Produzioni limitate che non consentono di investire in una rete di distribuzione estera, prodotti con mercati di nicchia (anche la Cantina preferisce vendere al mercato italiano) • Debole ricambio generazionale • Vincoli dei bandi che rendono difficile l'accesso ai finanziamenti pubblici (es. bandi che richiedono superfici minime di intervento troppo grandi). • Ettari limitati ripartiti in tante micro particelle • Scarsa propensione alla vendita dei terreni • DOC considerata dai produttori vincolante e restrittiva • Mancanza di un'offerta turistica solida e strutturata (tante piccole iniziative di poca rilevanza)
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> • Recupero vigne abbandonate • Incentivare giovani a riprendere le attività • Ipotesi di estendere la DOC a porzioni del comune di Settimo Vittone (frazioni Cesnola e Torre San Daniele) • Campagna di educazione culturale sui vini • Potenziare i sentieri e i percorsi esistenti (sentiero dei vigneti di Carema, via Francigena) • Creazione di pacchetti turistici integrati, che coinvolgono realtà regionali e fuori Regione e diverse attività (enogastronomia, cultura, escursionismo...) • Iniziative per coordinare meglio l'offerta turistica e migliorare l'accoglienza • Progetti europei che vedono la partecipazione della Cantina o del Comune di Carema 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficoltà nel ricambio generazionale, soprattutto tra i viticoltori • Invecchiamento dei viticoltori e progressivo abbandono delle vigne, che determina: <ul style="list-style-type: none"> ◦ il degrado del paesaggio e rischi dal punto di vista degli infestanti (edera), delle malattie e degli incendi ◦ contrazione delle uve vinificate e dei volumi di Carema che si riesce a vinificare • Mercato a rischio se non si riesce a soddisfare la domanda • Complessità e ostacoli della burocrazia (es. costi per lo smaltimento dei sacchetti dei trattamenti e obbligo del patentino per utilizzarli in vigna con costosi corsi di formazione) • Difficoltà lavoro manuale nelle vigne, per lo più di difficile accesso e non meccanizzabili • Difficoltà di ingresso di nuovi produttori/conferitori: <ul style="list-style-type: none"> ◦ difficile conciliare un'attività lavorativa regolare con il lavoro in vigna ◦ poche vigne in vendita a prezzi elevatissimi • Parcellizzazione estrema dei lotti; • Difficoltà culturali, nella promozione e valorizzazione delle produzioni e del proprio territorio (“saper raccontare”) • Difficoltà nel “fare lavoro di squadra” e sviluppare nuove progettualità • Mancanza di relazioni tra produttori e ristoratori locali • Strutture ricettive e servizi poco soddisfacenti

SWOT DOC COLLINA TORINESE E FREISA DI CHIERI	
Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Paesaggio naturale e agricolo di elevata qualità • Vicinanza a Torino (come bacino turistico, porta di accesso e mercato di sbocco dei vini della DOC) • Recupero delle vigne di Villa della Regina • Territorio vocato: testimonianze storiche e tradizioni • Buon equilibrio tra produttori storici e nuovi produttori • Ricco patrimonio storico da valorizzare • Sperimentazioni nel settore agricolo • Legami e collaborazioni con i territori esterni: es. Cambiano (sede dell'ecomuseo dell'argilla Munlab); Albugnano (Abbazia di Vezzolano) e con la Cantina Sociale Terre de' Santi che vinifica la Freisa di Chieri utilizzando anche le uve conferite dai viticoltori della Collina torinese 	<ul style="list-style-type: none"> • Rarefazione e discontinuità del paesaggio della vite (la prima ad essere abbandonata con l'industrializzazione e l'edificazione residenziale) • Paesaggio poco qualificato dal punto di vista della presenza delle vigne: poche e frammentate • Pochi produttori, pochi conferitori, pochi ettari • Difficoltà a collaborare e fare rete • Territorio in ombra rispetto ad alte realtà regionali più forti (Langhe e Monferrato)
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> • Multifunzionalità: legame tra vino, altre attività agricole, turismo e cultura • Promuovere la conoscenza del territorio e delle sue specificità • Rafforzare i legami tra i territori per un'offerta agro-turistica di maggior rilievo: Santena con il Castello Cavour, Riva di Chieri con il Museo del paesaggio sonoro, Rivalba con la Mostra mercato del Tartufo bianco, Lauriano con l'Ass. fondiaria Cornalin • Promuovere progetti di valorizzazione territoriale, attraverso l'integrazione di più soggetti e dotazioni: castelli, cantine, musei, associazioni, parchi, anche in collegamento con Torino • Valorizzazione cicloturistica dei percorsi esistenti (es. Pista La Blue Way Piemontese) e del Parco del Po e della collina torinese (Mab Unesco) • Chieri come polo attrattivo e centro servizi per il territorio allargato • Crescente attivismo del Consorzio della Freisa e Collina torinese: rete più ampia e maggiore promozione da parte di CMT0 e Regione • Maggiore attivismo da parte delle istituzioni locali • Sviluppare reti collaborative e di coordinamento tra produttori del torinese e dell'astigiano • Valorizzazione del territorio a scala regionale • Buona capacità di adattamento della produzione ai gusti dei consumatori, alla domanda • Aumentare l'attrattività turistica • Investire sul marketing, in particolare: comunicazione e accoglienza • Formazione degli operatori del settore turistico/enogastronomico e dei produttori stessi • Concentrazione degli investimenti in pochi eventi di appeal 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficoltà a cooperare da parte degli attori locali • Auto-isolamento dei produttori entro confini prestabili e oscurati da realtà più intraprendenti • Limitata massa critica del comparto (pochi produttori per lo più piccoli) • Bassa retribuzione dell'uva che disincentiva chi volesse avviare un'attività • Modesto interesse da parte delle istituzioni che a sua volta determina una conoscenza limitata • Ricambio generazionale difficile • Limitate prospettive di crescita • Limitata capacità economica • Impoverimento delle iniziative locali (fiere, sagre..) che si connotano, salvo poche eccezioni, come feste di paese

SWOT DOC VALSUSA	
Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Forte vocazione territoriale tradizionale nel vino. • Connotazione di vigneti eroici, da cui si producono "vini di montagna" • Condizioni favorevoli di "terroir" e microclima • Esperienze di aziende in crescita ma con vendite prevalentemente locali (Val Susa) • Partecipazione a eventi fuori regione da parte delle aziende più conosciute • Casi di nuovi giovani nel settore • Eccellenze/prodotti di nicchia (vino del ghiaccio) • Casi di recupero di vigne abbandonate • Accordi con ristoratori e enoteche dei distretti sciistici per la promozione e vendita dei vini locali • Multifunzionalità delle aziende (vino insieme a altre produzioni agricole e allevamento, attività di ristorazione, agriturismo, ospitalità) • Legame tra offerta ricettiva e quella del patrimonio religioso locale (es. con il museo di arte diocesana e le sue iniziative) • Iniziative locali che legano il vino alla cultura del territorio (es. Gionata FAI al Castello di Maria Adelaide a Susa in collaborazione con il consorzio) • Esperienze di Aziende BIO (produzioni di qualità e visibilità sul mercato) 	<ul style="list-style-type: none"> • Piccoli produttori a conduzione familiare che realizzano volumi limitati per il mercato regionale • Superfici vitate ridotte e frammentate • Difficoltà del lavoro in vigna: versanti terrazzati, scarsa accessibilità, lavoro non meccanizzato • Prezzi eccessivi delle superfici vitate, abbandono vigne e dequalificazione del paesaggio • Danni legati al Cantiere TAV: accessibilità difficile, danno di immagine, disincentivo turistico ecc. • Ostacoli burocratici particolarmente onerosi per le piccole attività rurali di montagna • Difficoltà di fare sistema – pochi interventi da parte della PA • Difficoltà di legare vino e turismo • Poca propensione da parte dei giovani ad investire nel settore • Pregiudizi sulla DOC legati ai limiti enologici del passato • Poca sensibilità della popolazione per i cui i vini locali sono più conosciuti e apprezzati fuori che non nella valle • Problema della flavescenza che negli ultimi due anni ha portato a espianare vitigni • Crollo del turismo dopo le Olimpiadi 2006
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> • Adeguamento in corso del Disciplinare DOC Valusa • Legame vino-turismo: sviluppo eno-turistico nella bassa e nell'alta valle, nei centri maggiori e nei poli sciistici; • Sfruttare il turismo (estivo e invernale) in particolare i flussi provenienti da Torino • Promuovere la conoscenza anche attraverso percorsi pedonali lungo le vigne • Legare il vino ad altre produzioni locali: enogastronomia • Legame vino-cultura: relazioni rispetto alle attività e ai beni storico-culturali presenti – a scala regionale (Forte di Exilles, Sacra di San Michele) • Collaborazione con i ristoratori • Marchio "vino di montagna" quale elemento di identificazione entro la DOC Piemonte • Collaborazione di ricerca e sperimentazione con gli istituti di enologia 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitato attivismo Consorzio di tutela nel favorire il Lavoro di squadra • Iniziative eno-turistiche circoscritte all'interno dei circuiti locali • Assenza di comunicazione • Mancanza di opportunità di crescita e sviluppo • "Saperi" nel campo dell'enologia non sempre adeguati rispetto alle richieste attuali del mercato • Danni alle vigne causati dalla fauna selvatica (ungolati, uccelli, ecc.) • Cambiamenti climatici: crescente frequenza di estati siccitose che alzano il contenuto zuccherino e quindi la gradazione dei vini) • Cambiamenti climatici: crescente frequenza di eventi calamitosi (grandinate) • Avanzamento della flavescenza • Abbandono e incuria del paesaggio che favorisce: crollo dei muretti a secco; perdita e distruzione del paesaggio; problemi strutturali e funzionali (blocco della viabilità)

15 - Le geografie emergenti delle comunità del vino

Incrociando le informazioni quantitative con quelle qualitative (ad esempio paesaggistiche) e percettive (registrate nei questionari e nelle interviste) nel territorio della CMT0 emerge l'esistenza di due tipi di comunità del vino:

- **comunità puntuali già consolidate.**

È il caso di **Carema** (e parte del comune di **Settimo Vittone**) dove, alla condizione di estrema specializzazione produttiva e paesaggistica del comune e dei territori limitrofi si affianca un forte riconoscimento valoriale legato al vino, sentito non solo dai residenti ma anche dai turisti e dai visitatori occasionali. Entrando in Carema non occorre essere un esperto per cogliere immediatamente la forte connotazione enologica dell'economia e della società locale. In Carema tanti i paesaggi terrazzati, quanto le segnaletiche, le principali attività economiche e l'offerta commerciale veicolano rimandi espliciti al vino Carema, contribuendo a strutturare il comune nella forma di una comunità del vino.

Nello stesso tempo, però, la base stessa della riproduzione di questa comunità è oggi messa a rischio dall'invecchiamento della popolazione, dall'abbandono delle vigne più impervie, dallo spopolamento e dall'assenza di un tessuto economico e di servizio che permetta di fare di Carema e del suo territorio un contesto di residenzialità attiva.

Tra i punti di forza vi è invece la posizione geografica lungo l'asse di collegamento viario con la Valle d'Aosta e il Biellese (da Bard a Viverone, passando per Donnas, Pont Saint Martin, Carema, Quincinetto, Settimo Vittone, Nomaglio, Borgofranco d'Ivrea, Chiaverano, Piverone), che è anche un importante asse culturale e paesaggistico, su cui costruire strategie e progetti comuni.

- **(proto)comunità frammentarie/atomizzate.**

In esse si riconoscono molti dei valori e dei fattori ritenuti costitutivi di una comunità del vino, ma senza che tra di essi si sviluppi una forte tenuta sistemica. Nella maggior parte dei casi ciò è dovuto alla maggiore estensione e diversificazione del tessuto socioeconomico e territoriale al cui interno la comunità del vino è sviluppata (come emerge dai dati analizzati nei capitoli descrittivi della ZO; capp. 5-11). Il paesaggio vitato è così in genere più frammentato e viene anche a mancare quella concentrazione e monospecializzazione produttiva che tanta parte ha avuto nell'attivare modalità comunitarie e territorializzate di organizzazione delle relazioni socioeconomiche (cfr. la letteratura sulle economie informali dei distretti italiani di piccola e media impresa).

La localizzazione di queste protocomunità emerge molto bene dalla sovrapposizione tra aree vitate e comuni core-buffer esemplificata nella mappa che segue. Se ne ricava il coinvolgimento dei seguenti raggruppamenti di comuni:

Per la DOCG Erbaluce di Caluso

1. **Agliè, Cuceglio, San Giorgio Canavese**
2. **Caluso, Mazzè**
3. **Piverone, Viverone (BI)**

Per la DOC Pinerolese

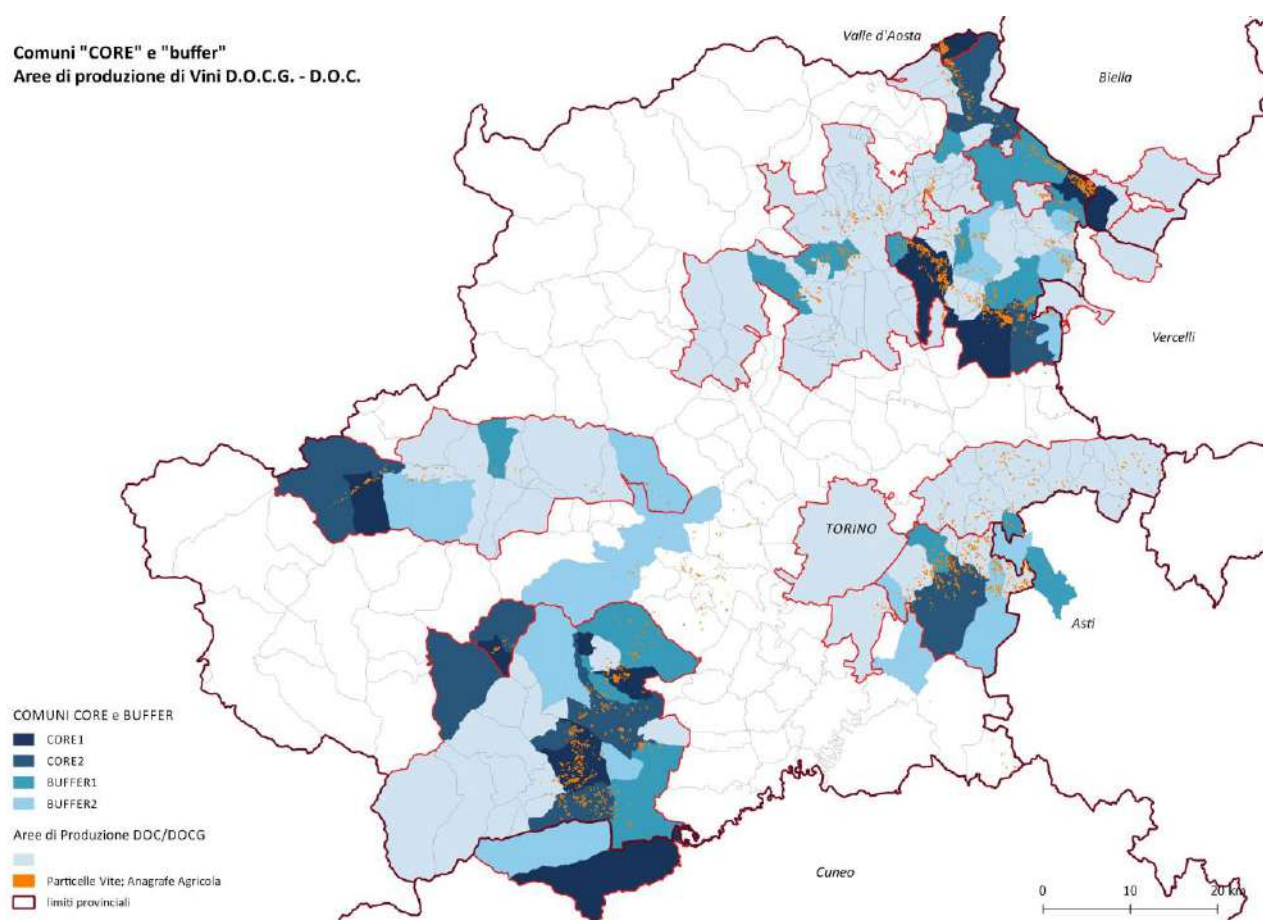
4. **Bricherasio, San Secondo di Pinerolo**
5. **Frossasco**
6. **Barge (CN)**

Limitrofi ad essi, i comuni di Pinerolo, Prarostino, Bibiana e Campiglione Fenile, risultano anch'essi connotati dal punto di vista dell'economia del vino e delle vigne, ma in maniera meno forte. Inoltre, sempre tra le protocomunità del Pinerolese si colloca il caso di **Pomaretto** (con **Perosa Argentina e Perrero**), dove a mancare non è tanto la specializzazione economica, quanto un sistema condiviso (e riconosciuto all'esterno) di valori legati al vino. Il risultato è un'immagine in cui il legame vino-territorio non è così nota.

Per la DOC Valsusa

7. Chiomonte, Exilles, Giaglione

Fig. 68 – Sovrapposizione aree vitate e comuni core e buffer nei territori DOC DOCG della CMT0



Fonte: nostra elaborazione (comuni core/buffer: emersi dalle interviste; aree vitate: dati Anagrafe Agricola)

La mappa con la sovrapposizione delle aree vitate e dei comuni core permette anche di apprezzare quelle che sono **aree potenziali per lo sviluppo futuro di comunità**, distinguendo tra

- **comunità indiziali "spontanee"** in aree con una **discreta base territoriale e valoriale legata al vino, ma non riconosciuta dagli abitanti, dai residenti, dai turisti e spesso anche dalle istituzioni locali.**

Per i territori della DOC Canavese e della DOC Collina torinese/Freisa di Chieri, per esempio, gli esiti delle interviste e delle analisi condotte non sembrano giustificare il ricorso al concetto

di comunità del vino. Nel primo caso l'assenza di un sistema strutturato di produttori e eventi connessi al vino (che non facilità la visibilità esterna), si accompagna a una limitata sensibilità della popolazione e delle istituzioni locali. Nel secondo caso i processi di community building legati al vino possono contare su una sensibilità locale e una memoria collettiva del passato vitivinicolo ancora vitali (oltre alle foto restano le cantine abbandonate ma potenzialmente riattivabili) e la presenza di importanti produttori a Chieri e Andezeno. Nello stesso tempo, questi processi si scontrano con il concorrere di più fattori limitanti: il paesaggio viticolo irrimediabilmente eroso dai processi di industrializzazione e edificazione, l'assenza di una cantina sociale (i conferitori si rivolgono a Terre dè Santi, in territorio astigiano), la posizione interstiziale tra Torino e i comuni dell'Astigiano (che a parità godono di immagini esterne legate al vino molto più forti) e la presenza di un numero molto ridotto di produttori, spazialmente dispersi.

- **comunità indiziali “costruite” in aree associate alla produzione di vini di qualità** (in genere per la presenza di eventi, strutture e progetti dedicati al vino) **ma sprovviste di forti dotazioni territoriali e valoriali**. Per esempio: Almese dove si conta qualche esempio di nuova produzione di barattuciat e dove si realizzano alcune note degustazioni (ONAV e Siol-e Piene nella borgata Rivera), Avigliana che pur non essendo inclusa in un territorio della DOC ha partecipato ad esempio al progetto del 2006 di promozione turistica “Nebbiolo 2016”, organizzato dall'associazione “Strada Reale dei Vini torinesi”; Carignano (anch'esso non incluso in una DOC) dove si organizza la “Festa Fiori e Vini”.

In conclusione, la ricerca consente delle identificazioni “indiziali” delle comunità e dei valori del vino della CMTò, che necessiterebbero di indagini ulteriori (e in questo il progetto Vi.A prevede azioni di animazione, focus group e approfondimento degli aspetti paesaggistico-ambientali), ma che sono comunque sufficienti per sostenere che:

- in molti casi **le comunità del vino non esistono** ancora, ma andrebbero fatte oggetto di politiche ad hoc;
- le politiche per le comunità del vino non possono essere univoche per tutti i territori ma vanno **calibrate in funzione delle caratteristiche** socioeconomiche e ambientali **locali** e dei **segnali di community building esistenti** (comunità consolidate e protocomunità vs comunità indiziali spontanee e costruite);
- suolo e il terroir sono gli elementi che caratterizzano tutte le aree del vino, ma ognuna con le sue specificità e particolarità. Il **sistema dei produttori**, molti dei quali storici, che hanno acquisito e trasmettono a loro volta competenze alle generazioni a venire sono abbastanza importanti, ma **non rappresenta un elemento imprescindibile** vista la propensione a innovare e imparare anche “da fuori” (es. con corsi e consulenze esterne) e gli esempi di nuove attività di successo avviate da giovani “outsider”;
- nello stesso tempo, tutte le azioni dovrebbero essere orientate a **enfaticizzare il valore della qualità nella varietà** (di vitigni, paesaggi, comunità, caratteristiche organolettiche dei vini, sistemi di vinificazione, ecc.) delle produzioni vitivinicole della CMTò, in quanto elementi ampiamente condivisi e distintivi rispetto alle altre regioni vitate piemontesi. Il valore dell'eroicità, che pure può giocare un ruolo chiave nella promozione della viticoltura alpina, è forte nelle aree delle DOC Valsusa e Pinerolese, molto meno in quelle del Canavese e Erbaluce, e per nulla nel caso della Collina torinese e del Freisa di Chieri
- tra i destinatari delle politiche vi devono essere certamente i produttori viti-vinicoli (conferitori inclusi) con in quali andrebbero previste occasioni di partecipazione nel disegno stesso delle

politiche, ma anche e soprattutto il resto della comunità locale (residenti, commercianti, terzo settore ecc.) e i turisti.

Dal punto di vista del coinvolgimento dei produttori, è positivo il fatto che, alla domanda sulla possibilità di investire nell'eno-turismo, la maggior parte degli intervistati abbia mostrato una visione positiva. C'è sicuramente ancora molto da fare e gli incentivi sono pochi, ma la sensazione generale è che per investire e rilanciare l'economia intorno al settore eno-turismo occorra lavorare sugli aspetti che oggi disincentivano la crescita del settore, come ad esempio: la collaborazione tra soggetti pubblico/privati, l'integrazione tra vino e turismo, cultura e eno-gastronomia, l'elaborazione di progettualità più mirate alle specificità dei territori e il ripensamento delle modalità di finanziamento per rilanciare il settore e/o agevolare le produzioni presenti (cfr. tabelle SWOT delle aree DOC DOCG).

Dal punto di vista dei turisti, se anche è vero che la metà circa degli intervistati vede il vino come fattore molto importante di **identità locale** e **crescita**. Ciò nondimeno possiede una **scarsa consapevolezza geografica** dell'area di produzione su cui è utile lavorare. Così come occorre lavorare sull'apprezzamento dei valori peculiari dei vini metropolitani rispetto al resto della regione. Secondo gli intervistati l'attenzione per il vino è proiettata maggiormente verso prodotti già noti o che hanno un marchio riconosciuto - che sono anche quelli che, in genere, i ristoratori e i rivenditori (bar, negozi alimentari ecc.) preferiscono includere nella propria offerta. Sarebbe invece positivo che il sistema locale, attraverso gli esercenti, i rivenditori, gli amministratori pubblici, gli insegnanti ecc., si facesse promotore attivo della qualità dei propri prodotti.

Allegati

ALLEGATO 1 REPERTORIO ICONOGRAFICO DEI COMUNI DI PRODUZIONE DOC E DOCG

Iconografia e araldica comunale

Dei 187 comuni totali considerati nell'analisi (178 ricadenti nel territorio della Città Metropolitana di Torino, 9 nelle province di Asti, Biella e Cuneo), quelli per i quali è stato possibile verificare la presenza di riferimenti iconografici alla vite (storici o contemporanei) sono numericamente limitati. Nelle interviste sono stati segnalati i casi di **Caluso** e **Carema**, i cui toponimi si ritrovano anche nei nomi dei vini locali; Viverone, comune di produzione dell'erbaluce che però ricade nella provincia di Biella; e **Chiomonte**, nel cui stemma sono riprodotti due grappoli d'uva, bianco e rosso. Nel caso di **Caluso**, grappoli di uva bianca sono presenti anche nell'araldica del Comune, e l'immagine della città è talvolta associata a quella della Ninfa dell'erbaluce, principalmente come strumento di marketing e promozionale turistica (cfr. immagine 2).

Immagine 1 – Stemmi delle città di produzione dei vini DOC/DOCG della CMTTo con la vite



Fonte: Wikipedia.it; Araldica.it ¹⁶

Immagine 2 – Murales raffigurante la Ninfa dell'Erbaluce con la città di Caluso come sfondo



Fonte: Caluso, 2018; fotografia di L. Lella.

¹⁶ Stemmi dei comuni della città metropolitana di Torino:
https://it.wikipedia.org/wiki/Categoria:Stemmi_dei_comuni_della_città_metropolitana_di_Torino

Nel caso di Carema, il logo utilizzato da più di dieci anni per la promozione dell'annuale "Festa dell'uva e del vino di Carema" contiene i simboli del pilastro su cui si appoggiano le travi che reggono i filari della vite e del pampino della vite.

Immagine 3 - Logo nei depliant della Festa dell'uva e del vino Carema.



Fonte: canaveselab.com

I comuni della Città metropolitana di Torino nei cui stemmi è raffigurata la vite sono tuttavia di più di quelli testimoniati nelle interviste. Da una verifica fatta di tutte le araldiche torinesi, è infatti emerso che stemmi 'vitati' sono presenti anche nei comuni di Cuceglio (Canavese occidentale), Lessolo (Eporediese), Lugnacco (Eporediese), Maglione (Eporediese), Pertusio (Canavese occidentale), Vauda Canavese (Ciriacese) e Verrua Savoia (Chivassese), probabilmente a testimonianza di un antico legame dell'economia cittadina con l'uva e il vino, che si è andato perdendo nel tempo e di cui resta poca memoria.

Immagine 4 – Gli altri stemmi dei comuni DOC/ DOCG della CMTo con immagini legate al vino



Repertorio fotografico

In occasione delle interviste è stato possibile visitare alcune vigne e percorrere i principali percorsi/sentieri pedonali che le attraversano. Nelle fotografie che seguono si propongono alcune immagini relative agli elementi paesaggistici di più peculiari percepiti durante le visite.

Immagine 5 – Vista dall'alto delle vigne (terrazzati con allevamento della vite a palo singolo; pali segnati con nastri di colore diverso in funzione del vitigno: avana, chatuss, becuet, avarengo) e dell'abitato di Pomaretto.



Fonte: Pomaretto, 2018; fotografia di L. Lella.

Immagine 6 – Cremagliera del Consorzio "Terre del Ramìe" per il trasporto delle uve.



Fonte: Pomaretto, 2018; fotografia di L. Lella

Immagine 7 – Cartellonistica locale che evidenzia l'erosione dei vigneti dal '900 ad oggi



Fonte: Pomaretto, 2018; fotografia di L. Lella

Immagine 8 – I vigneti nel cantiere della TAV



Fonte: Chiomonte, 2018; fotografia di L. Lella

Immagine 9 – Le topie lungo la via Francigena



Fonte: Canavese, 2018; fotografia di L. Lella

Immagine 10 – “Balmit”



Fonte: Borgo Franco d'Ivrea, 2018; fotografia di L. Lella

Immagine 11 – Anfiteatro panoramico sui vigneti e il lago di Viverone

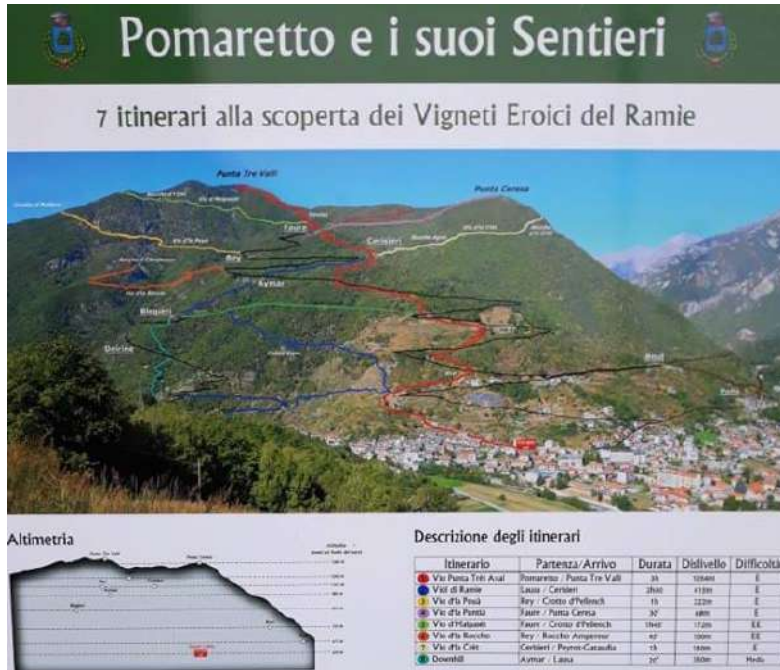


Fonte: Viverone (tenuta Pozzo), 2018; fotografia di F.S. Rota

Sentieri e strade del vino

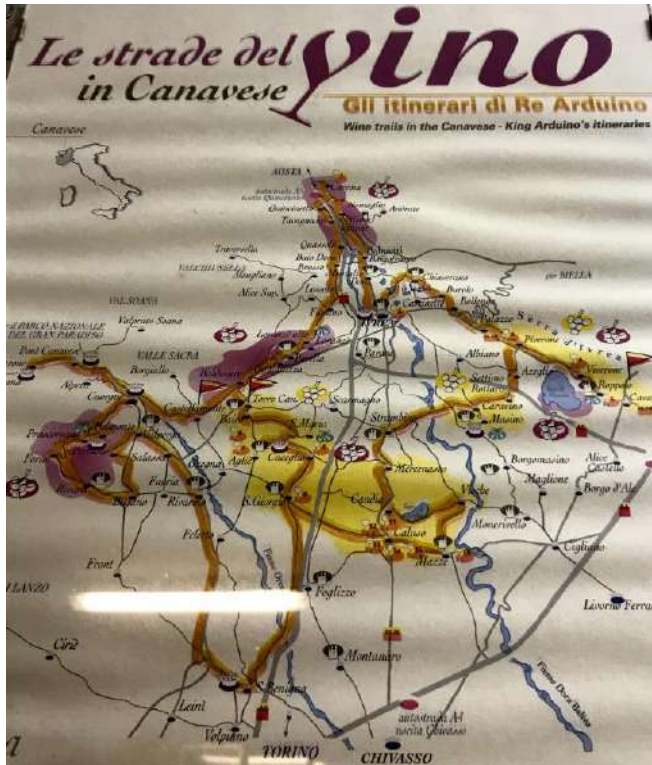
In questa sezione si restituiscono le immagini relative ai percorsi, strade, sentieri a tema 'vino' testimoniati nel corso delle interviste. Si tratta quindi di un elenco probabilmente non esaustivo, ma risultante dalla percezione e memoria di quanti hanno partecipato al progetto.

Immagine 12 – I sentieri dei vigneti eroici del Ramie; cartellonistica locale.



Fonte: Pomaretto, 2018; fotografia di L. Lella

Immagine 13 – Le strade del vino in Canavese "Gli itinerari di Re Arduino" (poster)



Fonte: Agliè (Silva), 2018; fotografia di F.S. Rota

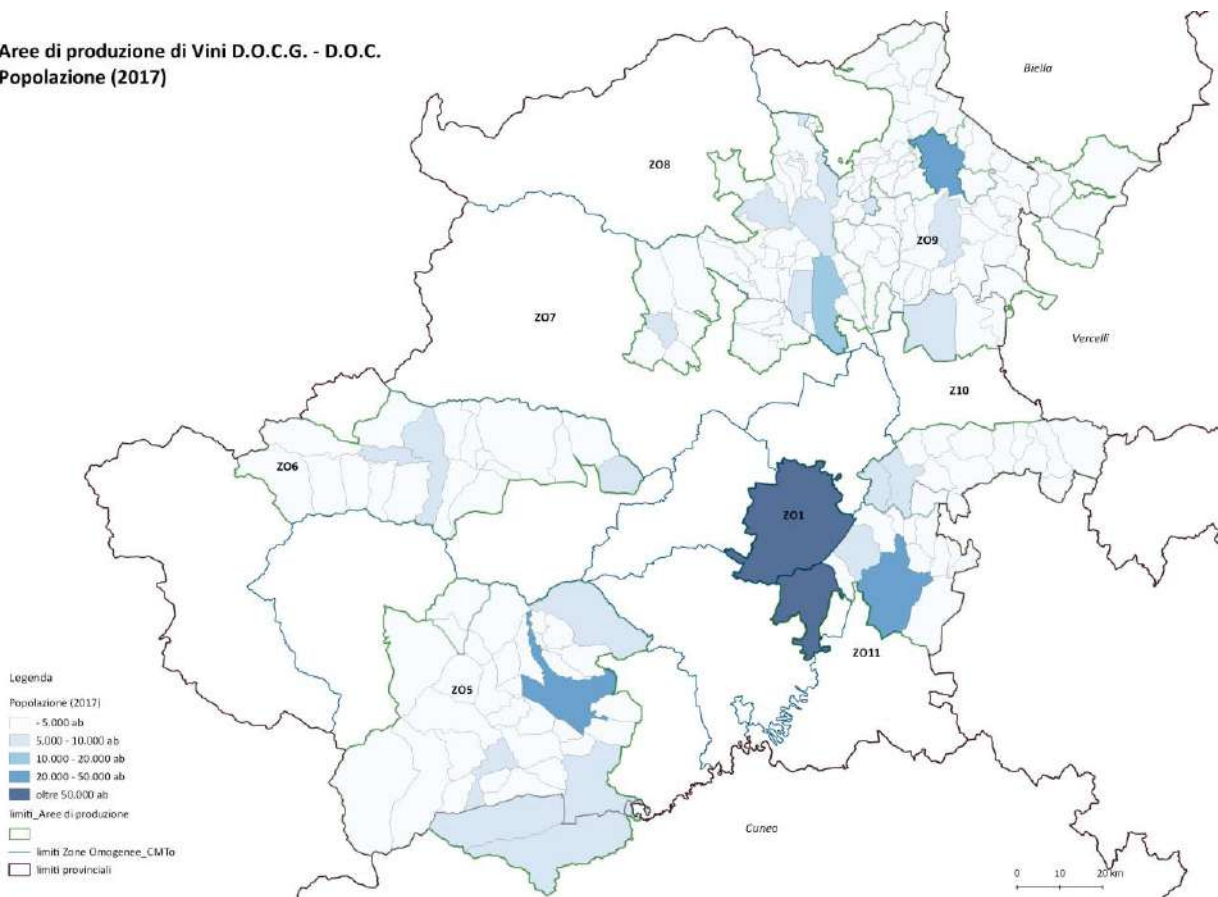
Immagine 14 – Un territorio di scrigni (poster)



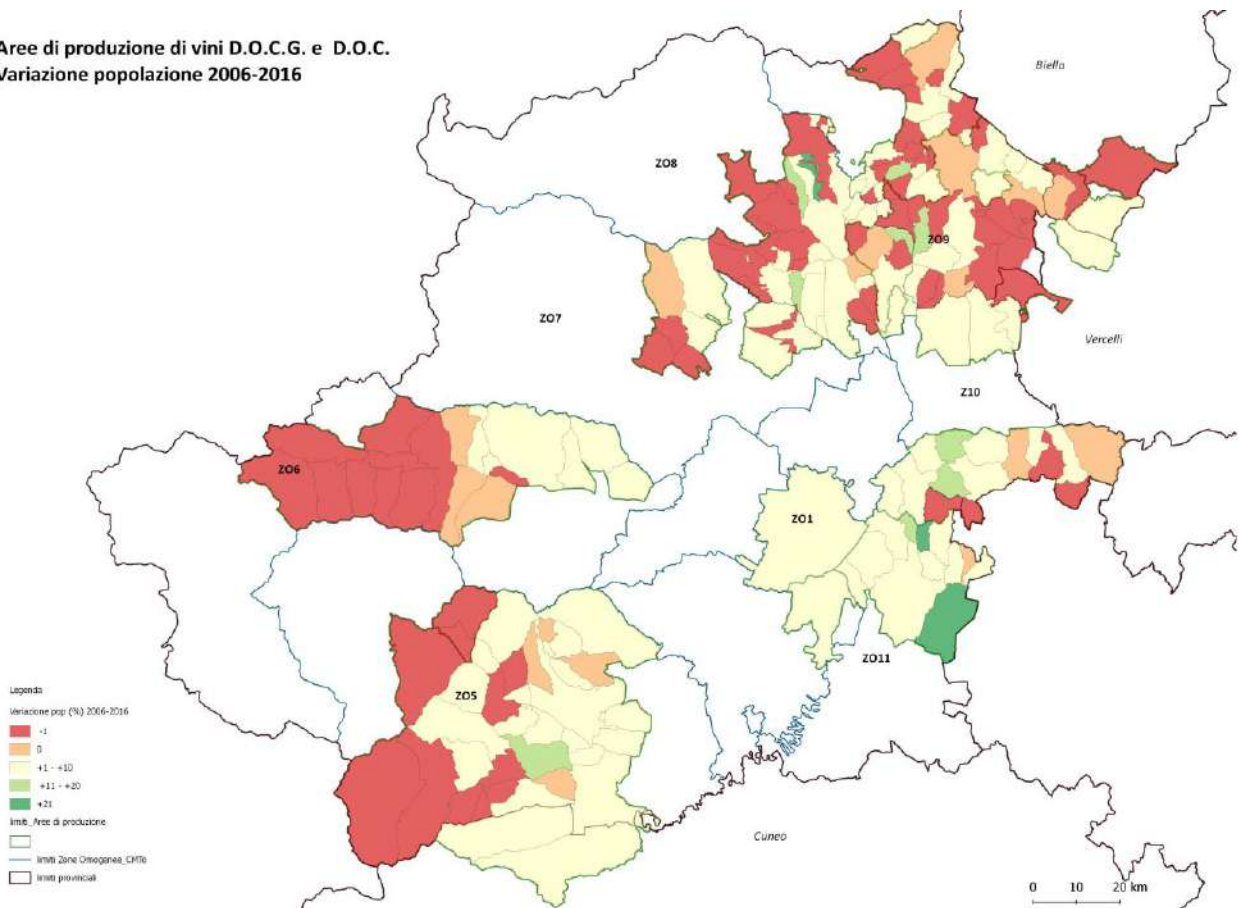
Fonte: Pecetto (Agricoop Pecetto), 2018; fotografia di F.S. Rota

Allegato 3 **REPERTORIO CARTOGRAFICO DEI COMUNI DI PRODUZIONE DOC E DOCG**

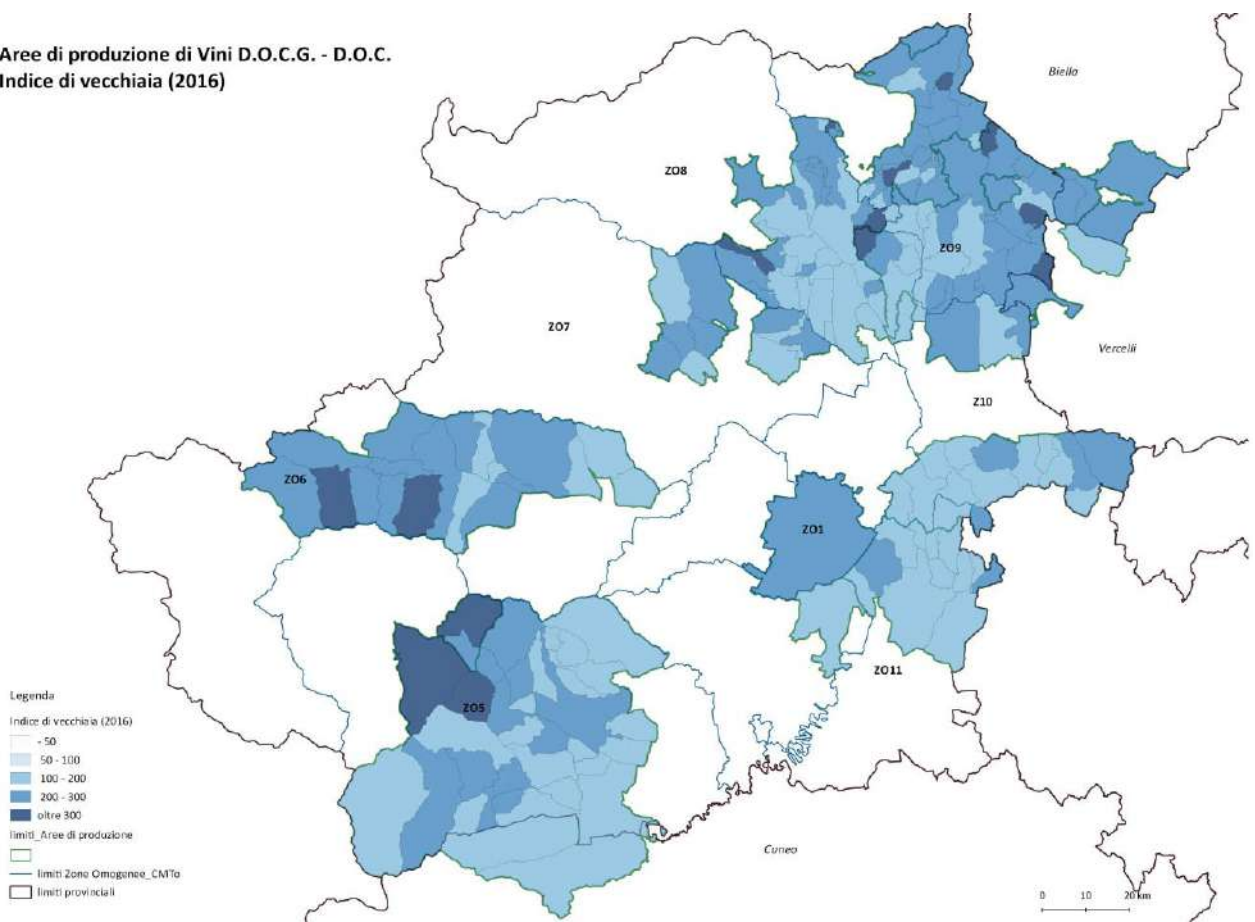
**Aree di produzione di Vini D.O.C.G. - D.O.C.
Popolazione (2017)**



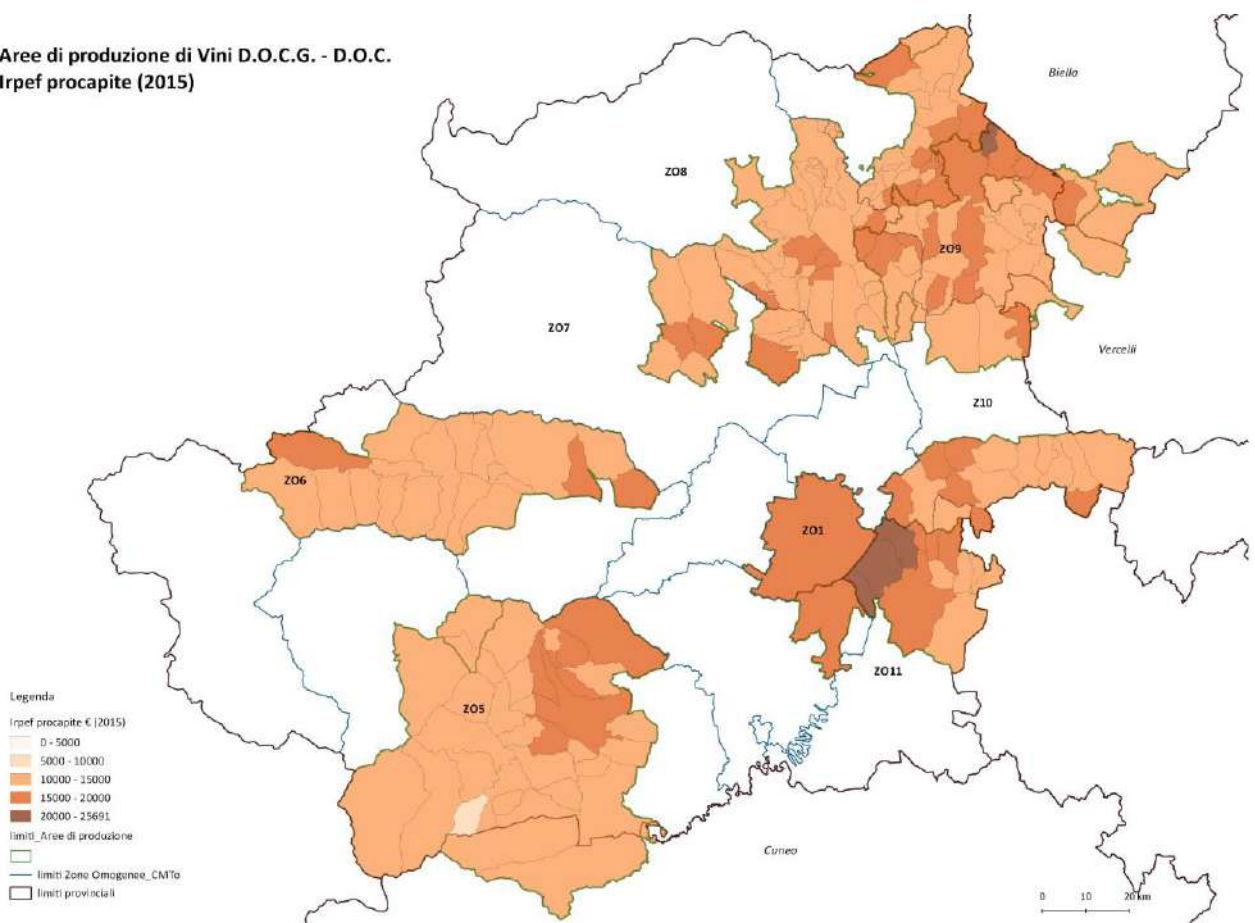
**Aree di produzione di vini D.O.C.G. e D.O.C.
Variazione popolazione 2006-2016**



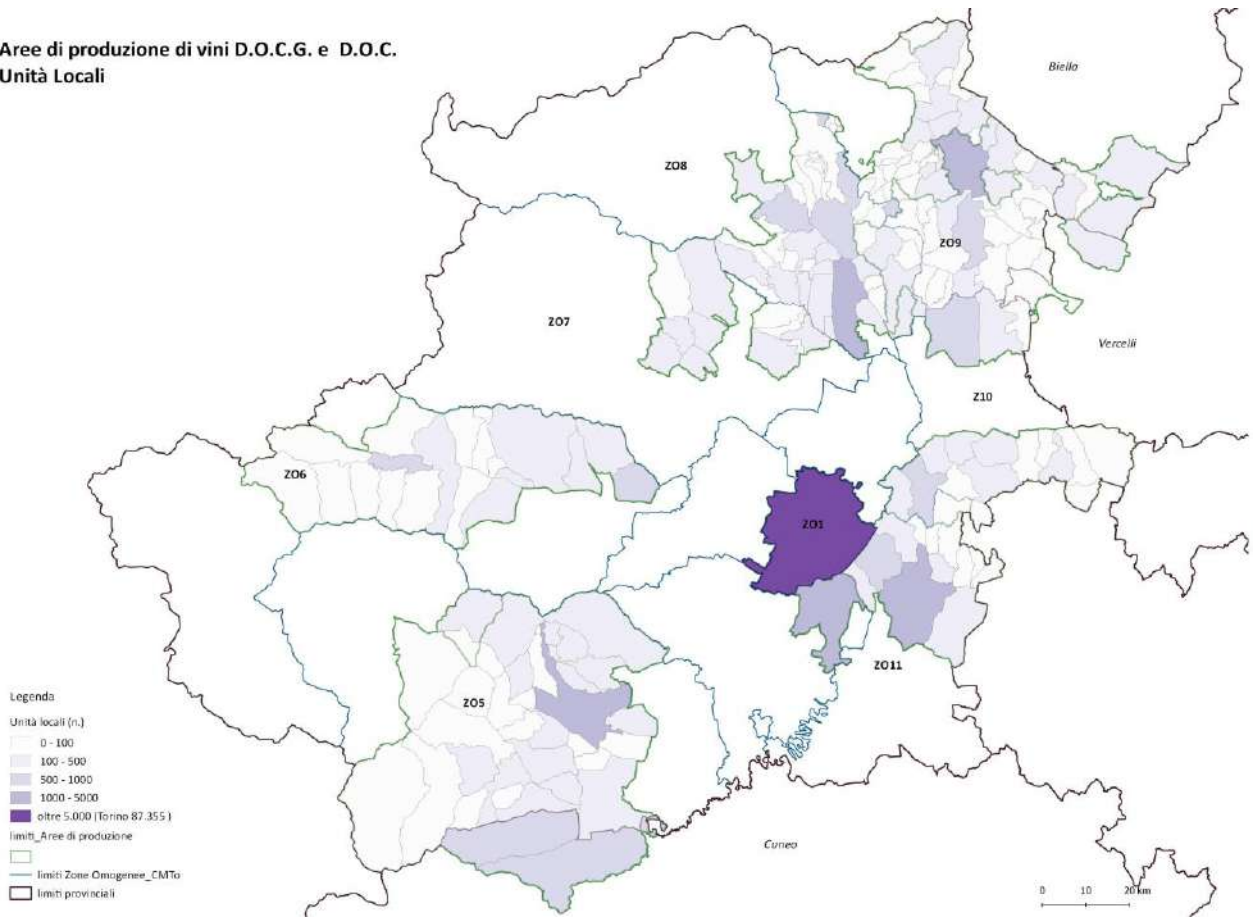
**Aree di produzione di Vini D.O.C.G. - D.O.C.
Indice di vecchiaia (2016)**



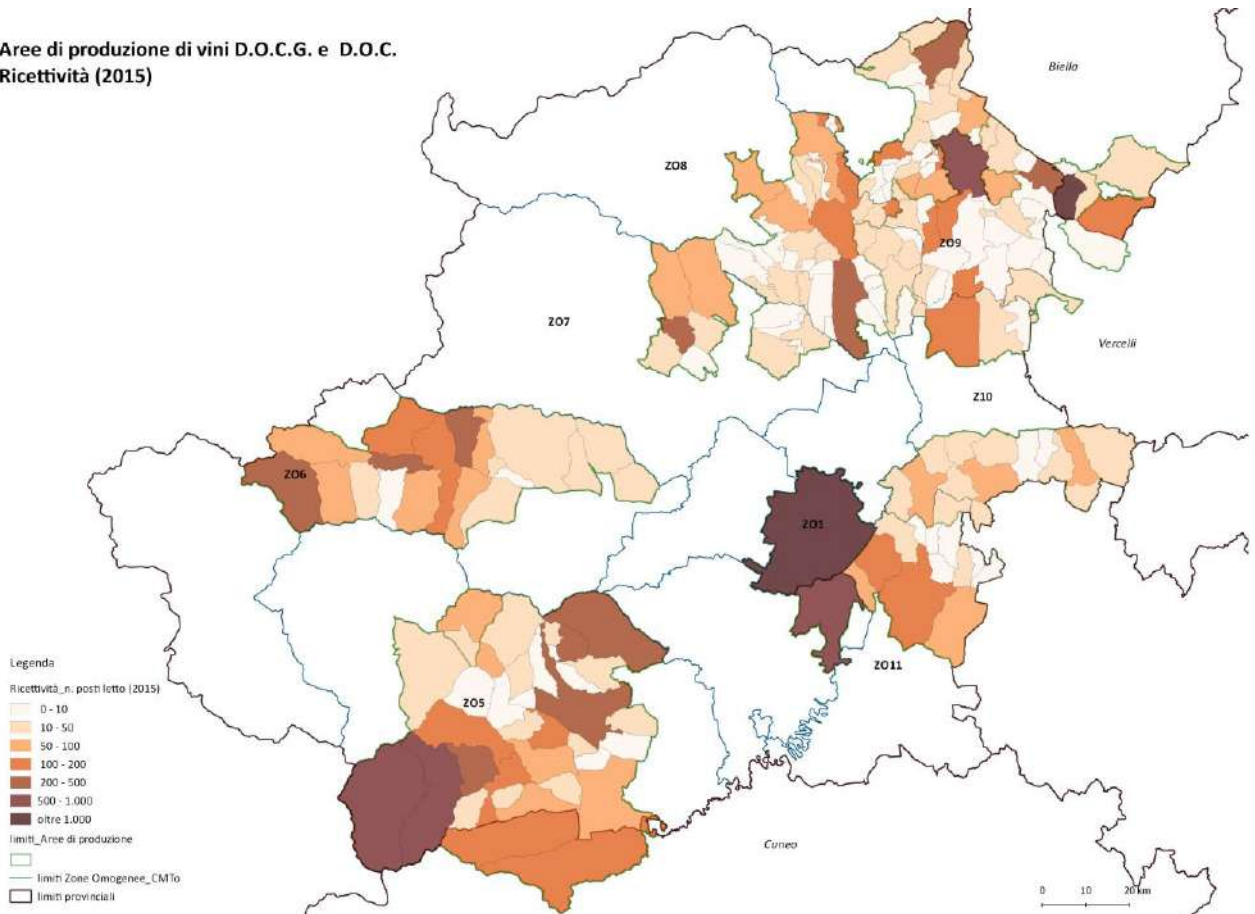
**Aree di produzione di Vini D.O.C.G. - D.O.C.
Irfef procapite € (2015)**



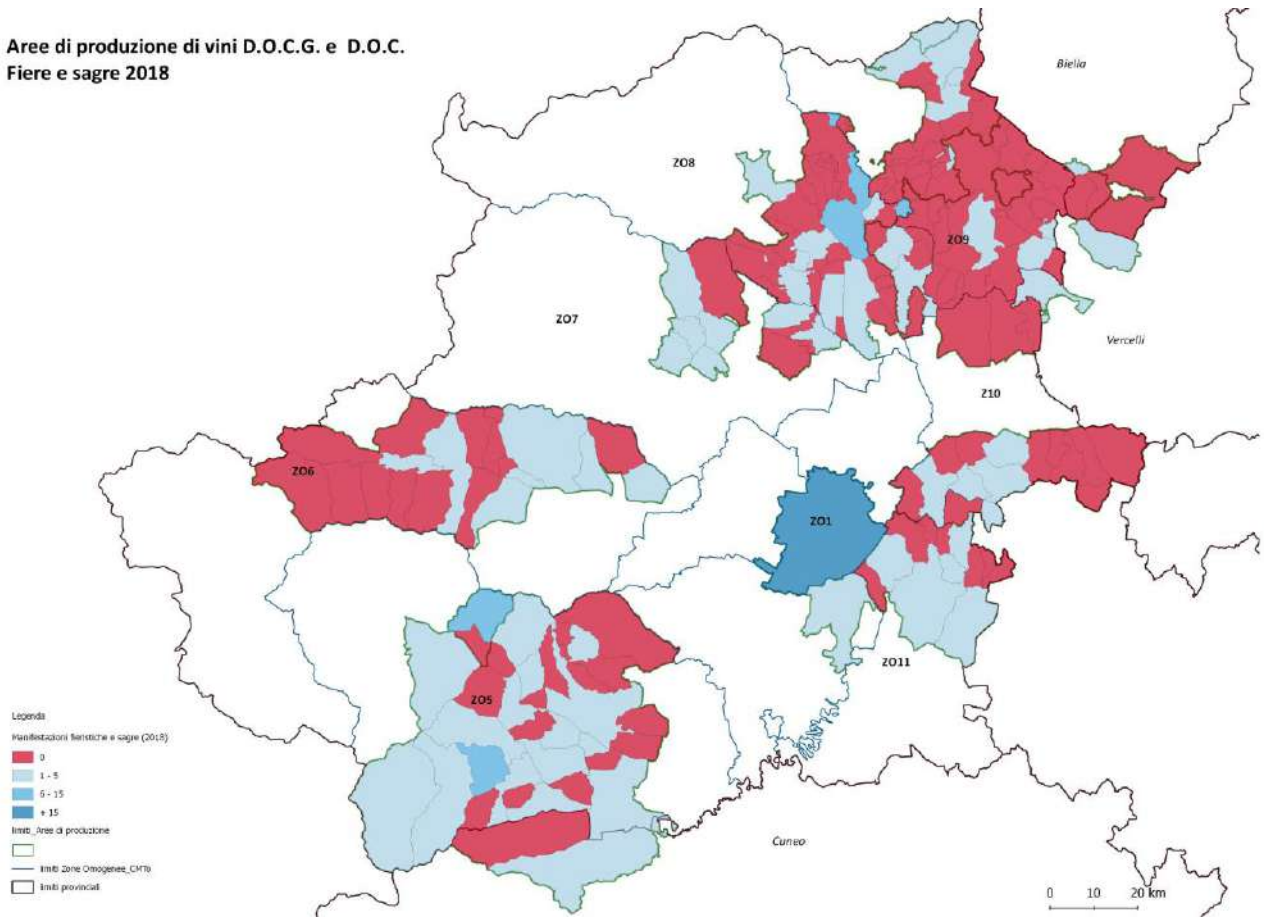
**Aree di produzione di vini D.O.C.G. e D.O.C.
Unità Locali**



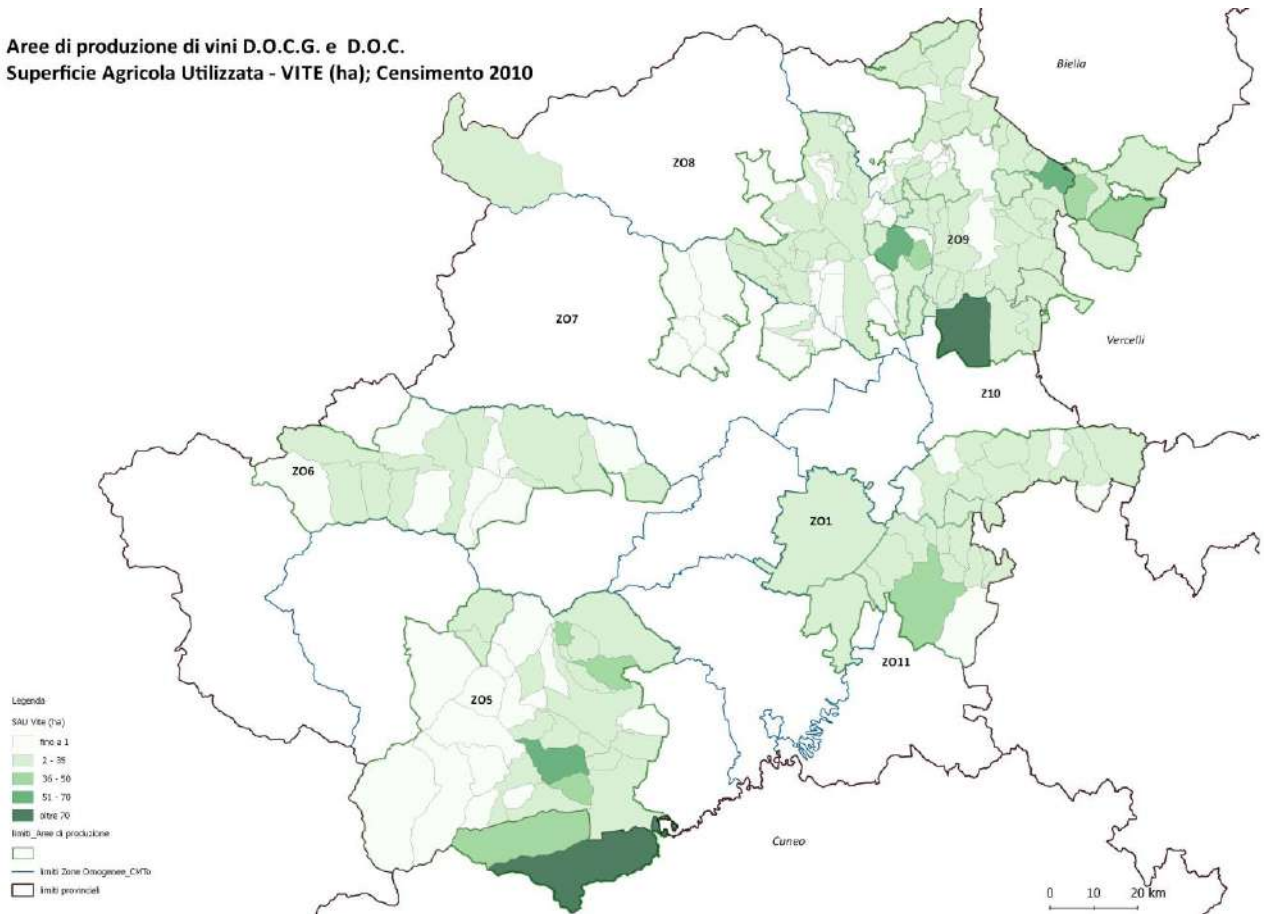
**Aree di produzione di vini D.O.C.G. e D.O.C.
Ricettività (2015)**



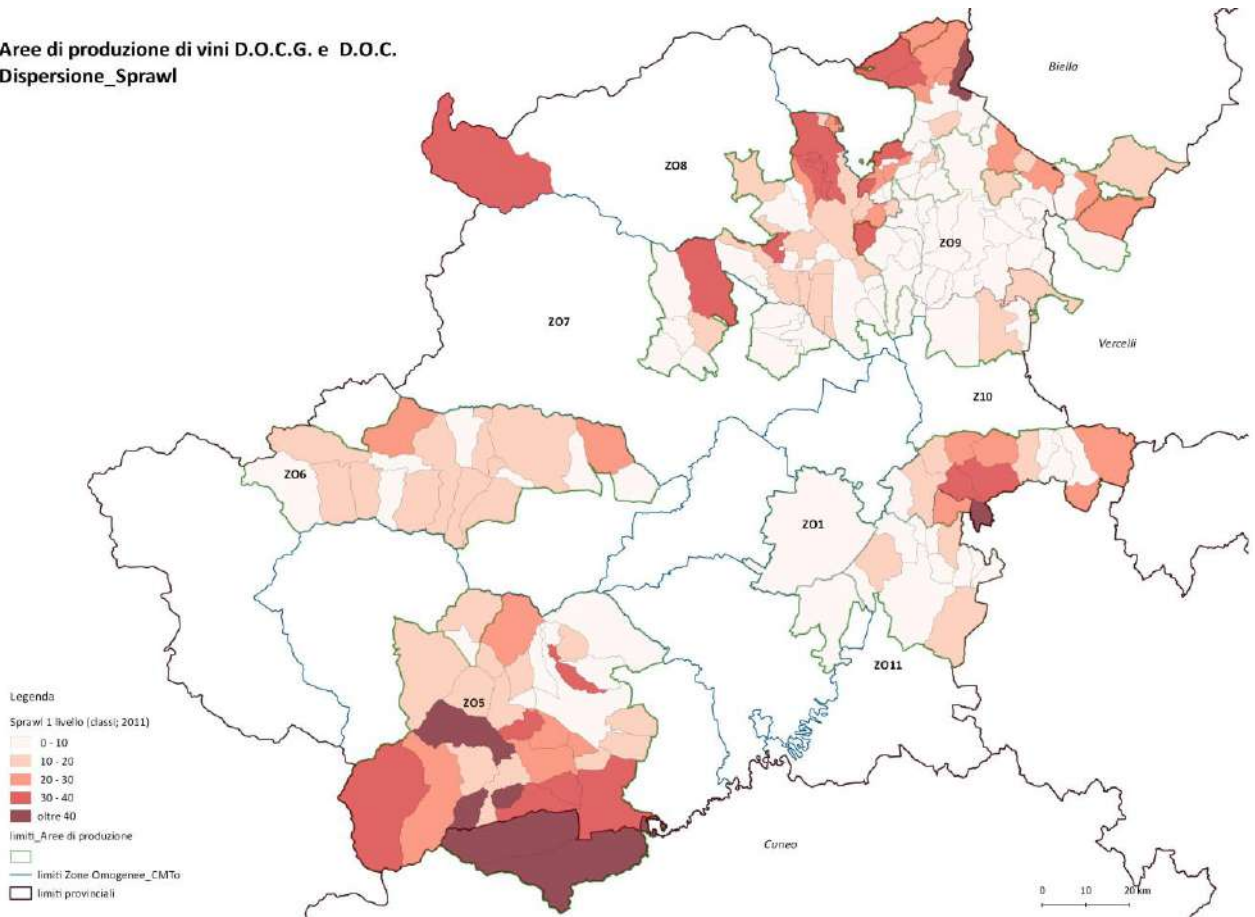
**Aree di produzione di vini D.O.C.G. e D.O.C.
Fiere e sagre 2018**



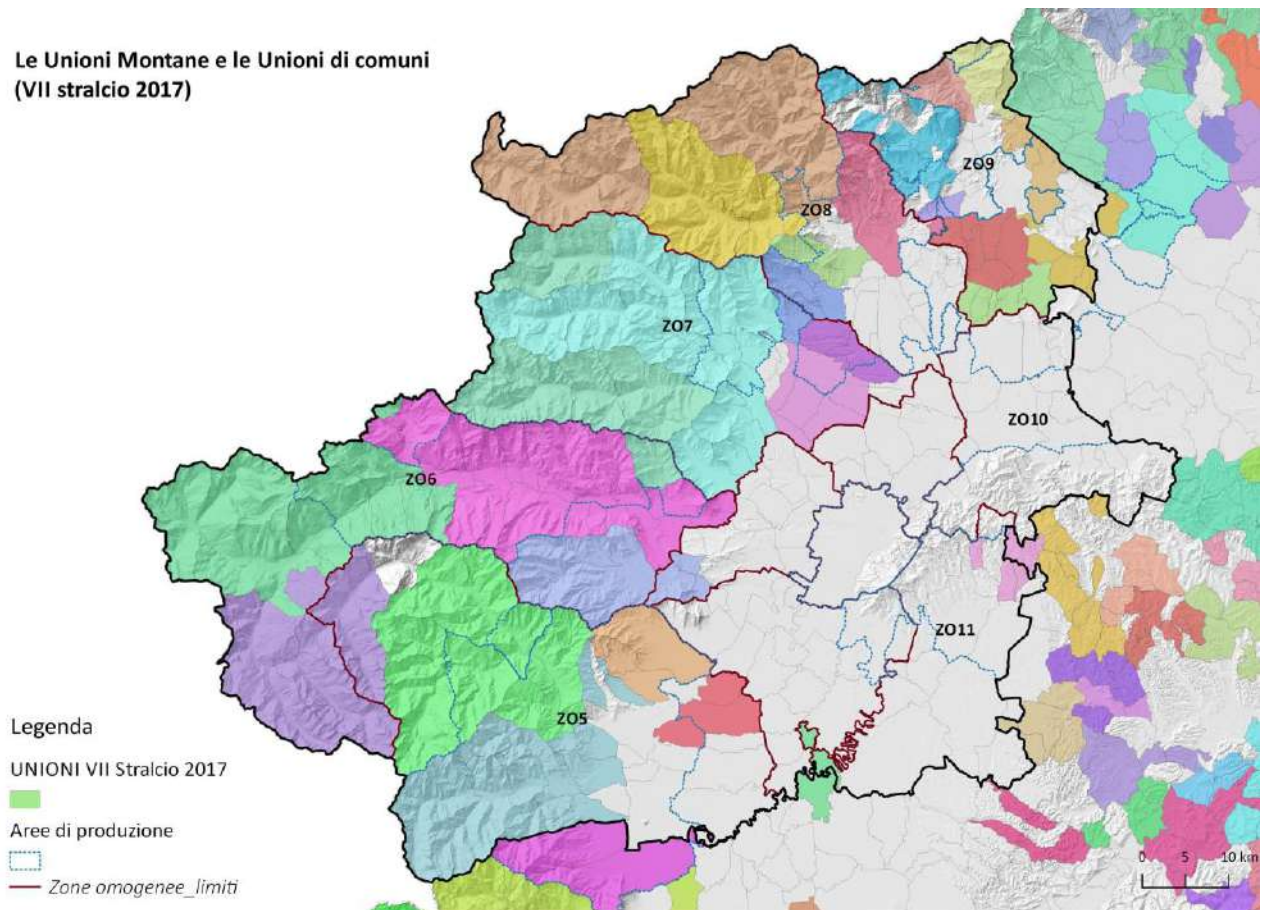
**Aree di produzione di vini D.O.C.G. e D.O.C.
Superficie Agricola Utilizzata - VITE (ha); Censimento 2010**



**Aree di produzione di vini D.O.C.G. e D.O.C.
Dispersione_Sprawl**



**Le Unioni Montane e le Unioni di comuni
(VII stralcio 2017)**



Riferimenti bibliografici

- Accornero F. (a cura di) (2008), *Atlante dei vini del Piemonte*, Terzo: Edizioni Gribaudo.
- Barrett G. (2015), *Deconstructing Community*, *Sociol. Ruralis*, 55:182-204.
- Beccaria F. (a cura di) (2016), *La rivoluzione del bere. L'alcol come esperienza culturale*. Roma: Carocci.
- Beccaria F., Rolando S. (2016), *The more you know, the better you drink: The new drinking culture in Italian wine production areas*, *Drugs Educ Prev Pol*, 23(4): 293–301.
- Brint S. (2001), *Gemeinschaft Revisited: A Critique and Reconstruction of the Community Concept*, *sociological Theory*, Volume19, Issue1: 1-23.
- Cavicchi A. (2008), *Qualità alimentare e percezione del consumatore*, *Agriregionieuropa*, 15.
- Cavicchi, A., Corsi, A. (2009), "Consumer Values and the Choice of Specialty Foods", in Lindgreen, A. and Hingley, M. (a cura di), *Market Orientated? The Metamorphosis of Food and Agricultural Production and Marketing*, Gower Publishing Ltd, Aldershot.
- Colombino A., Giaccaria P. (2010), *Il sistema agogastronomico piemontese tra qualità e radicamento: il caso della carne di razza Piemontese*. In Giaccaria P., Rota F.S., Salone C. (a cura di), *Praticare la territorialità Riflessioni sulle politiche per la green economy, l'agroindustria e la cultura in Piemonte*, Roma: Carocci.
- Delfosse C., 1997, *Noms de pays et produits du terroir : enjeux des dénominations géographiques*, *Espace géographique* 3, p.222-230.
- Mansuri G., Rao V. (2013), *Localising development - does participation works? A World Bank Policy Research Report*, The world bank Washington DC, <https://openknowledge.worldbank.org/> [ultima visita: 14.01.2019]
- Gilchrist A., Taylor M. (2016), *The Short Guide to Community Development*. 2nd edition. Bristol: Policy Press.
- Laville P. (1993), *Unités de terroir naturel et terroir. Une distinction nécessaire pour redonner plus de cohérence au système d'appellation d'origine*. *Bulletin de l'O.I.V.* 745–746, pp. 227–251.
- Mansuri G. Rao V. (2013), *Localising development - does participation works?*, A World Bank Policy Research Report, The World Bank Washington DC. <https://openknowledge.worldbank.org>
- Marsden T.K., Renting H., Banks J., van der Ploeg J.D. (2001), "The road towards sustainable agricultural and rural development: issues of theory, policy and research practice", *Journal of Environmental Policy and Planning* 3: 75-83.
- Mulligan M. (2015), *On the ambivalence and hope in the restless search for community: How to work with the idea of Community in the global age*, *Sociology*, 49:340-355.
- Regione Piemonte (2017), *Denominazioni di origine e georeferenziazione. Elenco Regionale delle Menzioni VIGNA (09/2017)*, www.regione.piemonte.it/agri/politiche_agricole/viticultura/elenco.htm
- Richards G., Hall D. (2000), *The community: a sustainable concept in tourism development?* In Hall D. Richards G., (eds), *Tourism and Sustainable Community Development*, London: Routledge.
- SiTI (2012), *Additional Information al dossier di candidatura UNESCO dei Paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato*, SiTI, Torino.
- Sonnino R., Kanemasu Y., Marsden T. (2008), *Sustainability and Rural Development*, in Jan van der Ploeg J:D., Marsden T. (eds), *Unfolding Webs: The Dynamics of Regional Rural Development*, Assen: Royal Van Gorcum B, pp.29-52.
- Titz A., Cannon T., Kruger F. (2018), *Uncovering "Community": Challenging an Elusive Concept in Development and Disaster Related Work*, *Societies*, 8(71).