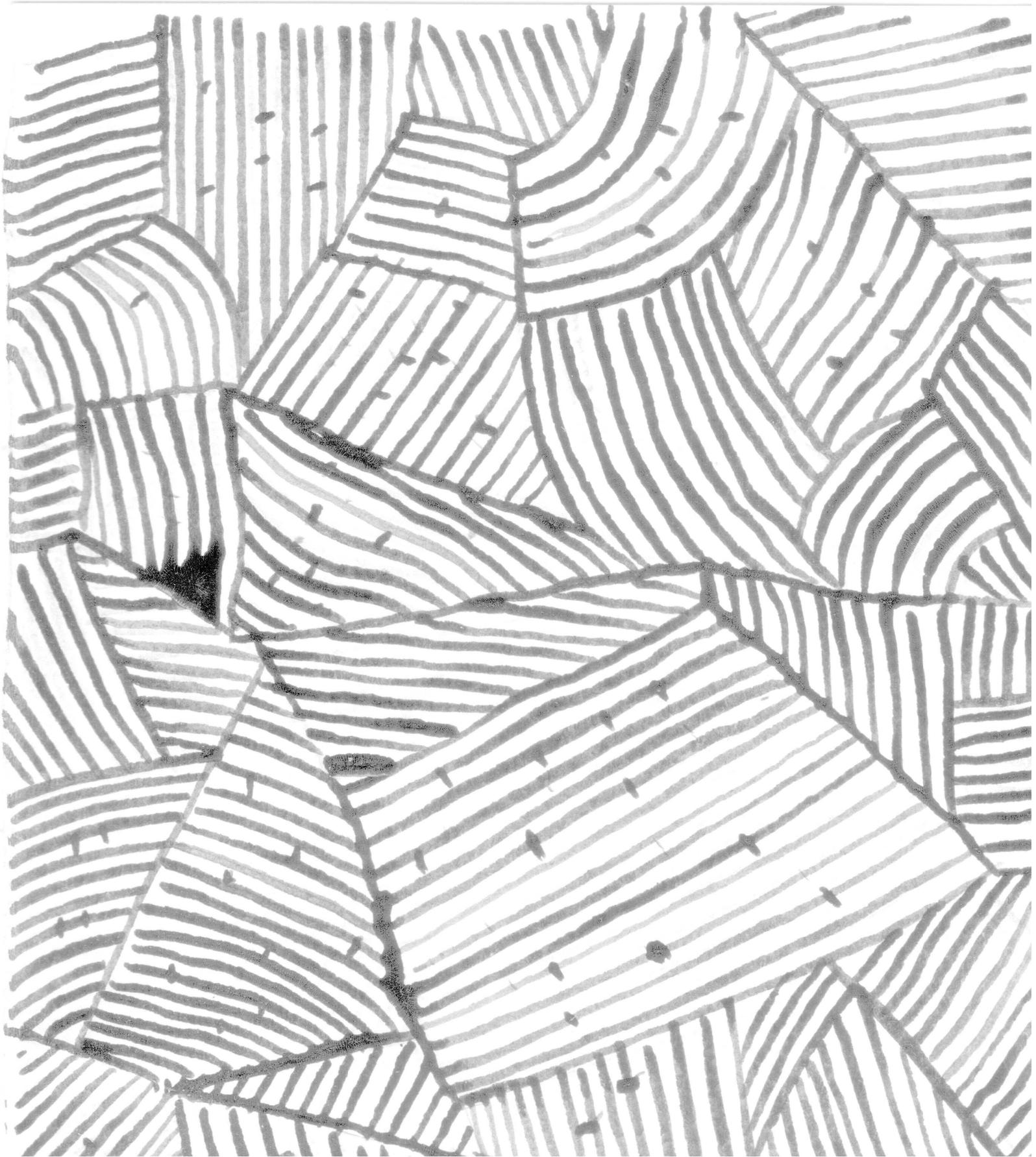


## Tour della Strada dei Vigneti Alpini Pubblicazione finale di sintesi



STRADA DEI  
**VIGNETI**  
**ALPINI**

ROUTE DES VIGNOBLES ALPINS



**Progetto n. 8475 “Tour della Strada dei Vigneti Alpini - Vi.A TOUR”**

cofinanziato dall’Unione europea nel quadro del

**Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Francia ALCOTRA 2014-2020**

Asse 3: Attrattività del territorio

Obiettivo specifico 3.1: Patrimonio naturale e culturale. Incrementare il turismo sostenibile nell’area ALCOTRA

## LA VITICOLTURA E L'ENOLOGIA PER LA PROMOZIONE DELL'ECONOMIA RURALE NEI TERRITORI ALPINI

Il presente lavoro costituisce il prodotto di un percorso che era stata avviato con il progetto *VIN'ALP* nel periodo di programmazione 2007-2014, ha proseguito con *Vi.A - Strada dei vigneti alpini* e si conclude ora con *Vi.A Tour*.

I fattori che accomunano queste iniziative sono:

- la geografia, ovvero l'area pedemontana e montana a situata nelle Alpi occidentali tra Chambery, Torino e Aosta,
- la valorizzazione di una precisa risorsa territoriale: la vini-viticultura,
- la partnership coinvolta.

Il punto di partenza del filone di attività era stato la **valorizzazione del prodotto**, ovvero la volontà di riconoscere, affermare e consolidare il **patrimonio ampelografico** di queste aree, nelle quali si riconosceva un elemento comune dovuto agli scambi di singolari vitigni tra le popolazioni alpine, e i **vini** che da essi ne derivano.

Accresciute le conoscenze e affermatesi un po' alla volta queste produzioni, prendendo spunto da una iniziativa già intrapresa in uno dei territori partner, nella successiva programmazione di ALCOTRA si è ritenuto possibile utilizzare il patrimonio enologico come leva per creare una nuove opportunità per le terre alpine di mezzo, che non godevano di grandi possibilità di sviluppo economico

L'**enoturismo**, se non finalizzato esclusivamente all'aumento delle vendite del vino, è stato considerato un modo per accrescere le opportunità dei territori vitati e diversificarne l'economia. I partner si sono orientati sempre più a considerare il **paesaggio della viticultura** come elemento di richiamo per generare una filiera turistica di prossimità, per originare un passaparola che inducesse i visitatori a esplorare contesti peculiari e nient'affatto banali. Le strategie sviluppate dai partner, con modalità, alleanze e strumenti diversi, sono andate nella direzione di proporre **percorsi di visita**.

La pandemia ha rafforzato la domanda di proposte di questo tipo e quindi ha rafforzato l'idea portante sulla quale si stava lavorando, ma il vero impegno è stato quello di **coinvolgere e motivare gli operatori economici** che non erano pronti a accogliere e condividere questo progetto. In particolare le cantine continuano (comprensibilmente) a manifestare un certo affanno a organizzare servizi di accoglienza.

Il ruolo degli enti promotori del progetto è stato quello di accompagnare i territori a questa visione di lungo periodo, che si spera porti delle **opportunità per le nuove generazioni**, l'affermazione di un'agricoltura multifunzionale che includa l'accoglienza turistica, la conservazione di un paesaggio agricolo prezioso, una maggior consapevolezza nei cittadini del ricco patrimonio che circonda le città.

## IL PROGETTO Vi.A TOUR

Naturale prosecuzione del progetto Strada dei Vigneti Alpini, Vi.A TOUR ne capitalizza e consolida i risultati, completando il percorso avviato per la salvaguardia del patrimonio vitivinicolo e lo sviluppo di offerte enoturistiche sostenibili tra i territori di Città metropolitana di Torino, Savoia e Valle d'Aosta.

### I Partner

Città Metropolitana di Torino (IT) capofila del progetto  
CCCS – Communauté de Communes Coeur de Savoie (FR)  
CERVIM – Centro di Ricerca, Studi, Salvaguardia, Coordinamento e Valorizzazione per la Viticoltura Montana (IT)  
CIVS – Comité Interprofessionnel Vins de Savoie (FR)  
IAR – Institut Agricole Régional (IT)  
Regione Autonoma Valle d'Aosta, Assessorato Agricoltura e Risorse Naturali (IT)

### Gli obiettivi

Obiettivo principale del progetto Vi.A TOUR è stato il sostegno del turismo transfrontaliero, realizzato mediante la costruzione di un'offerta turistica esperienziale che permettesse la scoperta del settore vinicolo e del territorio, migliorando la promozione e la conoscenza del patrimonio naturale, culturale e paesaggistico dei territori coinvolti, quindi, sostenendone l'attrattività e il beneficio durevole sia per i visitatori che per coloro che vi abitano.

La strategia primaria è stata quella di rendere riconoscibile l'area coinvolta come destinazione di un'esperienza esclusiva, identificata dalle **peculiarità della viticoltura di montagna**, e **adoperando, dove possibile, mezzi di trasporto a basso impatto ambientale: il treno, la bici e a piedi.**

### Le azioni

Nel progetto sono state identificate due macro-attività:

#### 1. Iniziative di marketing territoriale per promuovere la viticoltura e l'enoturismo delle aree alpine

Le proposte, finalizzate ad incrementare l'attrattività di un territorio, sono state la comunicazione verso il grande pubblico, eventualmente veicolata da attività di sensibilizzazione di giornalisti, blogger e addetti del settore (Regione Valle d'Aosta), e l'offerta di manifestazioni turistiche (Fascinant Week end, Terroir) che inducessero i potenziali viaggiatori a scoprire il patrimonio enogastronomico, naturale e culturale.

Seppure non si tratti di iniziative innovative, esse si sono distinte come invito ad un turismo dolce e di scoperta, stagionalizzato e diffuso nelle diverse località della Strada dei vigneti alpini.

La strategia condivisa dai partner è stata quella di individuare e proporre dei percorsi che consentano di visitare i territori vitati e piedi o in bici, per un turista curioso e amante delle attività all'aperto.

#### 2. La creazione di proposte turistiche sostenibili

Coinvolgendo gli attori delle filiere viticole e turistiche sono stati ideati, costruiti e messi sul mercato sia singoli servizi e prodotti componibili a menù dal turista sui diversi territori

partner attraverso la piattaforma *Winedering* (attività di accompagnatori naturalistici e cicloturistici, visite in cantina, ricettività, ecc.), sia pacchetti turistici innovativi proposti da *Tour Operators* che mettono insieme diverse prestazioni. I canali di promozione sono stati la pubblicazione di tali suggerimenti tramite Internet (siti, piattaforma di promozione-commercializzazione, WebApp) e la loro presentazione in diverse occasioni pubbliche (partecipazione alle fiere, eventi).

## Lo sguardo rivolto al futuro

Lavorando in forma collaborativa sull'identità della viticoltura montana, i partner hanno spinto in avanti la riflessione, affinché i territori siano motivati da nuove progettualità e rafforzino la propria offerta turistica.

Esempi di questa visione sono stati:

- il progetto di recupero di una antica via tra i vigneti della Val di Susa;
- la disseminazione svolta negli istituti scolastici in Italia e in Francia, replicabile nel futuro;
- lo studio di fattibilità per il recupero di terrazzamenti viticoli a Verrés;
- la proposta di modelli sostenibili per la viticoltura alpina;
- lo scambio di conoscenza e esperienze con la visita del Musée de la vigne et du vin de Savoie di una delegazione di amministratori dei territori torinesi;
- l'organizzazione di un workshop con gli attori del settore turistico a Torino per raccogliere le osservazioni e elaborare la proposta di strategie e programmi;
- l'analisi del settore presentata dalla maggior esperta in enoturismo in Italia e la successiva tavola rotonda svoltasi a Aymavilles.

**Le attività concluse hanno mostrato alle cantine nuove opportunità economiche, agli operatori turistici un settore con crescenti potenzialità, agli amministratori locali un patrimonio paesaggistico da curare e valorizzare.**