IVES Technical Reviews
vigna & vino

https://doi.org/10.20870/IVES-TR.2023.7861

L'enoturismo: una vetrina per lo sviluppo agroecologico dei vigneti? Parte 1

Nashidil Rouiaï[1], Ronan Symoneaux[2], Jean-Claude Taddei[3]

[1] UMR CNRS 5219 Passages, Université de Bordeaux, Institut des Sciences de la Vigne et du Vin, 210 Chem. de Leysotte, 33140 Villenave-d'Ornon, France

[2] USC 1422 GRAPPE, INRAE, L'École Supérieure des Agricultures (ESA), SensoVeg, SFR 4207 QUASAV, France

[3] ESSCA Research Lab, 1 rue Joseph Lakanal, 49000 Angers, France

Lo studio si propone di analizzare le problematiche ambientali della filiera vitivinicola e le dinamiche enoturistiche nei territori vitivinicoli. Si tratta di comprendere in che modo l'attività enoturistica può promuovere e favorire azioni a favore dell'ambiente e della biodiversità all'interno dei vigneti. Il lavoro di ricerca integra diversi attori e scale d'azione: si interroga su come la promozione di pratiche agro-ecologiche nell'offerta enoturistica (in particolare il mantenimento e/o lo sviluppo della biodiversità) possa sia interessare i turisti che avvantaggiare i viticoltori e promuovere la transizione ecologica di questi territori.

Enoturismo, valorizzazione paesaggistica e transizione agro-ecologica dei territori

Al centro dei processi di patrimonializzazione e territorializzazione[1,2], i vigneti sono costitutivi delle identità territoriali[3, 4]. In Francia, i vigneti e i paesaggi vitivinicoli si sono trasformati a partire dagli anni '50 a causa dei profondi cambiamenti che l'industria del vino ha subito[5,6]: dall'industrializzazione dell'agricoltura all'urbanizzazione e all'avanzamento dell'edilizia, passando per l'evoluzione dei modelli di consumo, la concorrenza globale o ancora l'apertura dei vigneti al turismo[7].

Oggi questi temi si arricchiscono di nuove preoccupazioni, in cui il cambiamento climatico o la preservazione della biodiversità occupano un posto centrale[8,9,7]. I viticoltori devono non solo adattarsi a queste sfide per garantire la redditività della loro produzione ma anche quella della loro proprietà vitivinicola, in un contesto in cui i consumatori sono più vigili di prima e chiedono prodotti "sani" e "buoni per l'ambiente" [10,11,12]. La sensibilità dei consumatori verso le questioni sanitarie e ambientali, i nuovi requisiti normativi, uniti alle nuove sfide agronomiche e al desiderio degli stessi viticoltori di ridurre la propria esposizione ai pesticidi, stanno portando a una graduale trasformazione dei metodi di produzione, a un adattamento delle pratiche colturali e a una modificazione della conduzione dei vigneti. I paesaggi riflettono questi cambiamenti.

Gli enoturisti sono spettatori privilegiati di questi cambiamenti. Dall'inizio degli anni 2000 la visita alle cantine non si limita più ad un atto commerciale ma è diventata una vera e propria attività turistica[13]. L'enoturismo è oggi un vettore di rilancio e diversificazione dell'economia delle regioni vitivinicole e offre nuovi sbocchi ai viticoltori.

La biodiversità al centro di paesaggi vitivinicoli attrattivi e diversificati

Le ricerche in ecologia del paesaggio mostrano il posto e l'importanza della biodiversità negli spazi quotidiani[14]. Di una natura intoccabile e incontaminata, di una biodiversità straordinaria, gli obiettivi evolvono verso la necessaria conservazione della biodiversità ordinaria e funzionale al centro delle attività e delle società umane. I paesaggi riflettono questo cambiamento paradigmatico (Fig. 1)[15].

Se il turista è uno degli spettatori privilegiati di questa trasformazione del paesaggio è perché, come dice il sociologo Jean Viard, egli "*entra nella società attraverso il paesaggio e non attraverso l'abitante*"[16].



FIGURA 1. L'enoturismo, uno strumento di promozione dei paesaggi vitivinicoli e della loro trasformazione (evidenziazione dei boschetti ai margini dei vigneti, delle siepi, degli interfilari inerbiti, ecc.)

Nel contesto dei paesaggi vitivinicoli francesi, i turisti sono testimoni di un rapporto consustanziale tra pratiche vitivinicole e problematiche paesaggistiche. I regolamenti AOC per le zone vitivinicole richiedono una forma di gestione dei vigneti e paesaggi specifici a seconda delle zone di produzione.

I paesaggi viticoli sono soggetti a questioni normative relativamente rigide perché costituiscono sia lo spazio delle problematiche che la vetrina delle pratiche viticole. Mentre i paesaggi riflettono la "*lunga temporalità del vigneto francese*"[17] e la diversità dei suoi terroir[17], il mondo del vino sta prendendo coscienza del "*valore dei paesaggi vitivinicoli e delle immagini emotive e culturali ad essi legati*"[18] poiché il consumo di vino è sempre più integrato in un contesto eno-culturale complesso. Accanto alle percezioni sensoriali che costituiscono la base della percezione qualitativa intrinseca del prodotto (basata essenzialmente sull'integrazione terroir/vitigno/vinificazione), la qualità percepita, fondamento dell'immagine e supporto alla valorizzazione economica della denominazione, "*integra sempre più componenti complementari relativi in particolare alla salute, all'ambiente e ai valori del patrimonio*"[19]. La promozione delle tipicità paesaggistiche costituisce quindi "*un importante mezzo di comunicazione, attraverso le attività enoturistiche, ma anche attraverso i media*"[19].

La traduzione di questo articolo in italiano vi stata offerta da WineHunter Hub. https://www.winehunterhub.com/

Comprendiamo ancora di più l'interesse dei viticoltori a partecipare a questa gestione del paesaggio e, attraverso di essa, a mettere in risalto la qualità del loro vigneto e della loro produzione. Tanto più che il paesaggio vitivinicolo costituisce un media culturale legato al vino che si libera dai vincoli normativi legati alle bevande alcoliche. È quanto mette in luce il rapporto di Paul Dubrule (2007)[20] sull'enoturismo quando delinea il legame tra le questioni della valorizzazrione del patrimonio e il posto occupato dai paesaggi nella valorizzazione dei territori vitivinicoli.

Se, più in generale, per il turista "*il viaggio non è più solo ricerca di immagini emozionanti […] ma anche pluralità di emozioni*", che "*le esperienze gustative, uditive e tattili possono così segnare in maniera molto forte la memoria dei nuovi turisti*"[21], l'enoturismo valorizza i vini e la loro degustazione integrandoli in un paesaggio specifico derivante da una storia e una geografia uniche. La tipicità del saper fare, dei paesaggi e del luogo porta ad una valorizzazione del prodotto stesso. Di conseguenza, l'enoturismo non solo gioca un ruolo crescente "*nella valorizzazione dei territori vitivinicoli*", ma "*contribuisce all'immagine e al valore aggiunto dei vini di queste regioni*"[22].

Molteplici iniziative

Questa interazione è un terreno fertile che collega enoturismo, sviluppo economico del settore vitivinicolo e transizione agroecologica dei territori vitivinicoli e molti attori del mondo vitivinicolo francese ci stanno già scommettendo. Mentre il libro bianco sull'enoturismo in Champagne ha sottolineato che l'enoturismo sostenibile era una delle quattro principali aspettative dei visitatori, l'iniziativa "Slow Tourism Lab", creata nel 2017 su iniziativa del Comitato dipartimentale del turismo dell'Aube è il primo incubatore al mondo per le imprese che vogliono innovare nel turismo sostenibile in generale e nell'"eco-enoturismo" in particolare. Il progetto regionale Vitirev in Nouvelle-Aquitaine, lanciato nel 2019 e che mira ad accelerare l'eliminazione dei pesticidi integrando le pratiche agroecologiche nei vigneti della regione, ha anche un asse incentrato sullo sviluppo di un enoturismo sostenibile, in particolare attraverso la creazione di percorsi di formazione per professionisti del settore vitivinicolo tenuti da docenti-ricercatori dell' Institut des Sciences de la Vigne et du Vin (ISVV). Altre iniziative stanno emergendo a livello di vigneto. Tali iniziative vengono valorizzate anche per i consumatori attraverso l'offerta enoturistica. ■

Fonte: *Articolo basato sull'articolo di ricerca " L'œnotourisme, nouvel allié de la transition écologique au sein des vignobles ? exemple en Val de Loire " (Norois, 2021).*

1 Legouy, F., & Vitré, C. (2013). Les appellations d'Origine contrôlée (AOC) viticoles dans la région Centre-Val de Loire et les châteaux : une impossible équation ? *Norois, 226*, 63-77. https://doi.org/10.4000/norois.4595

2 Delaplace, M., & Gatelier, E. (2014). Patrimonialisation individuelle et collective et développement de l'œnotourisme en Bourgogne. Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement. *Territory in movement Journal of geography and planning, 21*, 40-53. https://doi.org/10.4000/tem.2283

3 Schirmer, R. (2012). L'identité de la France à travers ses vins. *La Géographie: terre des Hommes*, (1544), 22-24. https://shs.hal.science/hal-00767810/

4 Gibert, H., (2012). *Requalification du vignoble du Beaujolais : une approche systémique*. Thèse de doctorat en géographie, université Lumière Lyon 2. http://www.theses.fr/2012LYO20071

5 Fassier-Boulanger, S. (2014). Les mutations de la filière viticole en France. *Revue géographique de l'Est, 54*(1-2). https://doi.org/10.4000/rge.5165

6 Legouy, F. (2014). La géohistoire de l'espace viticole français sur deux siècles (1808-2010): plusieurs cycles viticoles décryptés. https://www.espacestemps. net/auteurs/francois-legouy. EspacesTemps. net. http://www.espacestemps.net/articles/la-geohistoire-de-lespace-viticole-francais-sur-deux-siecles-1808-2010-plusieurs-cycles-viticoles-decryptes/

7 Yengué, J., & Robert, A. (2018). Le vignoble périurbain : entre préoccupations locales et contexte global. exemple de Vouvray (France). *Norois, 249*, 21-42. https://doi.org/10.4000/norois.7133

8 Quénol, H. (2014). *Changement climatique et terroirs viticoles*. Paris, Lavoisier, Tec & Doc, 444 p.

9 Neethling, É., Petitjean, T., Quénol, H., & Barbeau, G. (2016). Assessing local climate vulnerability and winegrowers' adaptive processes in the context of climate change. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change, 22*(5), 777-803. https://doi.org/10.1007/s11027-015-9698-0

10 Boulanger-Fassier, S. (2008). La viticulture durable, une démarche en faveur de la pérennisation des territoires viticoles français ? *Géocarrefour, 83*(3), 181-190. https://doi.org/10.4000/geocarrefour.6856

11 Mazzocchi, C., Ruggeri, G., & Corsi, S. (2019). Consumers' Preferences for Biodiversity in Vineyards : A Choice Experiment on wine. *Wine Economics and Policy, 8*(2), 155164. https://doi.org/10.1016/j.wep.2019.09.002

12 Ugalde, D., Symoneaux, R., & Rouiaï, N. (2022). French wine buyers' expectations of an environmentally friendly wine. *Journal of Wine Research, 33*(4), 190-213. https://doi.org/10.1080/09571264.2022.2143335

13 Lignon-Darmaillac, S. (2018). Les grandes orientations de l'œnotourisme : modèles européens, modèles californiens. *Territoires du vin, 8*. https://doi.org/10.58335/territoiresduvin.1336

14 Forman, R., & Godron, M. (1986). *Landscape Ecology*. New York, Wiley and Sons, 644 p.

15 Franchomme, M., Bonnin, M., & Hinnewinkel, C. (2013). La biodiversité « aménage-t-elle » les territoires ? vers une écologisation des territoires. Développement Durable et Territoires, Vol. 4, n° 1. https://doi.org/10.4000/developpementdurable.9749

16 Viard, J. (2004). Entretiens. *Revue Pour,* n° 182.

17 Schirmer, R. (2009). *Les paysages du vignoble français*. Archives Ouvertes. https://shs.hal.science/halshs-00442195/

18 Murisier, F. (2000). *Préservation des paysages en Suisse : concilier rationalisation et esthétique*. Conférence Mondiaviti, Bordeaux.

19 Herbin, C. (2013). Paysages viticoles: enjeux pour la filière. *Actes des 1ères Assises des Vins du Sud Ouest, Toulouse*, 43-46. https://urlz.fr/on6A

20 Dubrule, P. (2007). *L'oenotourisme : une Valorisation des Produits et du Patrimoine Vitivinicoles*. Rapport, Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, 92 p. https://www.vie-publique.fr/rapport/37896-loenotourisme-valorisation-des-produits-et-du-patrimoine-vitivinicoles

21 Donadieu, P. (2007). « Du pittoresque au durable. Les natures touristiques du paysage », Espaces tourismes et loisirs. *Revue Espaces*, n°254, p. 16-23.

22 Rochard, J. (2014). Bases de l'Eco-oenotourisme: Du paysage à la conception des caves. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, 8*(3), 47-60. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5314606

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.